



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

TITULO

**“Plan de negocios para Productos Turísticos en la Finca  
“Romerillos” de la Parroquia Chaguarpamba, Cantón  
Chaguarpamba, Provincia de Loja”**

*Tesis previa a la obtención del  
grado de Ingeniera en  
Administración Turística*

**AUTORA:** Paola Nathaly Poma Curimilma

**DIRECTOR:** Ing. Patricio Villavicencio Cobos, Mg.Sc

**Loja – Ecuador**

**2017**

## CERTIFICACIÓN

**Ing. Patricio Enrique Villavicencio Cobos, Mg.Sc.**

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA DE LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA MODALIDAD PRESENCIAL**

CERTIFICA

Que la presente tesis de grado titulado "PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA "ROMERILLOS" DE LA PARROQUIA CHAGUARPAMBA, CANTÓN CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA", realizado por la postulante: **Paola Nathaly Poma Curimilma**, cumple con los requisitos establecidos por las normas generales para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, tanto en aspectos de forma como de contenido, por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Atentamente,

Loja, Mayo del 2017



Ing. Patricio Enrique Villavicencio Cobos, Mg.Sc.

**DIRECTOR DE TESIS**

## CERTIFICACIÓN

**Ing. Patricio Enrique Villavicencio Cobos, Mg.Sc.**

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA DE LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA MODALIDAD PRESENCIAL**

CERTIFICA

Que la presente tesis de grado titulado "PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA "ROMERILLOS" DE LA PARROQUIA CHAGUARPAMBA, CANTÓN CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA", realizado por la postulante: **Paola Nathaly Poma Curimilma**, cumple con los requisitos establecidos por las normas generales para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, tanto en aspectos de forma como de contenido, por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Atentamente,

Loja, Mayo del 2017



Ing. Patricio Enrique Villavicencio Cobos, Mg.Sc.

**DIRECTOR DE TESIS**

## CERTIFICACIÓN

**Ing. Patricio Enrique Villavicencio Cobos, Mg.Sc.**

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA DE LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA MODALIDAD PRESENCIAL**

CERTIFICA

Que la presente tesis de grado titulado "PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA "ROMERILLOS" DE LA PARROQUIA CHAGUARPAMBA, CANTÓN CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA", realizado por la postulante: **Paola Nathaly Poma Curimilma**, cumple con los requisitos establecidos por las normas generales para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, tanto en aspectos de forma como de contenido, por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Atentamente,

Loja, Mayo del 2017



Ing. Patricio Enrique Villavicencio Cobos, Mg.Sc.

**DIRECTOR DE TESIS**

## DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado primeramente a Dios quien es el guía de mi camino. A mi Padre quien con su esfuerzo, comprensión, enseñanzas y ayuda permitió que hoy cumpla esta meta importante ya que ha sido el pilar fundamental, por enseñarme el valor del esfuerzo y de la perseverancia. Y por estar conmigo en cada momento bueno y difíciles de mi vida.

Además dedico este trabajo a mi esposo por darme su apoyo incondicional ya que su ayuda fue esencial para que cumpliera con este propósito, por la paciencia durante estos años.

También dedico este trabajo a mi pequeño hijo que fue quien me dio las fuerzas necesarias para no rendirme nunca en el camino y continuar.

Paola Nathaly Poma Curimilma

## **AGRADECIMIENTO**

El agradecimiento infinito a Dios que hoy me permite culminar con salud, a la Universidad Nacional de Loja por brindarme las herramientas necesarias para formarme profesionalmente, a mis maestros por cada hora de trabajo que compartían sus conocimientos. A mi familia que con su apoyo incondicional permiten que cumpla hoy esta meta.

Paola Nathaly Poma Curimilma

## **1. TITULO**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA  
“ROMERILLOS” DE LA PARROQUIA CHAGUARPAMBA, CANTON  
CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA”**

## 2. RESUMEN

El presente proyecto permitió la elaboración de productos turísticos en la finca “Romerillos” desarrollado a base de tres objetivos específicos, para realizar cada uno de estos objetivos se empleó métodos como el método inductivo, método deductivo, histórico, sintético y técnicas como observación directa, encuestas, entrevistas y el análisis FODA.

Diagnóstico de la situación actual de la finca Romerillos en este objetivo se dio a conocer las diversas características internas y externas a la finca, aquí se emplearon cinco factores importantes como son: demográfico, socio-cultural, político, ambiental, conectividad-energía y movilidad. Propuesta del plan de negocios para la finca Romerillos de la parroquia chaguarpamba, donde se analizó la demanda misma que permite conocer cuántas personas estarían o están interesadas en conocer un nuevo lugar de esparcimiento y nuevos métodos empleados en la actividad productiva (café) y la oferta desarrollada a base de los servicios que se pretenden ofertar en el sitio. El estudio técnico donde se analizó cada uno de los objetivos estratégicos planteados.

El estudio financiero mostro la viabilidad del proyecto analizado por varios indicadores entre ellos para la puesta en marcha la finca Romerillos requerirá de una inversión de \$28.261,39 dólares de los cuales \$8.261,39 dólares serán capital propio del señor Manuel Romero y \$20,000.00 dólares de un préstamo bancario, el total de ventas estimadas al primer año son de 77.900,51 dólares superando claramente al punto de equilibrio del primer año en función de las ventas con 20.085,71 con un 25% de capacidad instalada, se estima que la por cada dólar de inversión se ganara 0,25 centavos de dólar, la recuperación de la inversión será en 1 año 1 mes. Con los indicadores antes analizados se puede concluir que el proyecto es rentable y se requiere un trabajo arduo para conseguir las metas propuestas en el proyecto.



## ABSTRACT

The present project allowed the production of tourist products in the estate "Romerillos" developed based on three specific aims, to realize each of these aims used methods as the inductive method, deductive, historical, synthetic method and technologies as direct observation, surveys, interviews and the analysis FODA.

Diagnosis of the current situation of the estate Romerillos in this aim announced the diverse internal and external characteristics to the estate, here five important factors were used since they are: demographic, partner - cultural, political, environmental, connectivity - energy and mobility. Offer of the business plan for the estate Romerillos of the parish chaguarpamba, where there was analyzed the demand itself that allows to know how many persons would be or they are interested in knowing a new place of scattering and new methods used in the productive activity (coffee) and the offer developed based on the services that are tried to offer in the site. The technical study where it was analyzed each of the strategic raised aims.

The financial study mostro the viability of the project analyzed by several indicators between them for the putting in march the estate Romerillos will need of an investment of 28.261,39 \$ dollars of which 8.261,39 \$ dollars will be the own capital of the gentleman Manuel Romero and 20,000.00 \$ dollars of a bank lending, the total of sales estimated to the first year are 77.900,51 dollars overcoming clearly to the point of balance of the first year depending on the sales with 20.085,71 with 25 % of installed capacity, it estimates that her by every dollar of investment 0,25 cents of dollar were gained, the recovery of the investment will be in 1 year 1 month. With the indicators before analyzed it is possible to conclude that the project is profitable and an arduous work is needed to obtain the proposed goals

### 3. INTROUCCION

Este proyecto “Plan de negocios para productos turísticos en la finca Romerillos” fue creado con la finalidad de contribuir al desarrollo turístico del cantón Chaguarpamba y de dar una guía a la para poner en marcha este proyecto de tal forma que de un aporte importante en la economía local.

Para conocer las necesidades de la población se determinó los diferentes problemas entre ellos el desconocimiento de la actividad turística y la escasa ayuda económica de las entidades bancarias para emprender en este ámbito, además cuentan con una actividad como el cultivo del café y por los múltiples atractivos con los que cuenta la finca, es por ello que se ha creído conveniente la realización de este plan de negocios y dar soluciones a esta problematización. La estructura presentada esta bajo el reglamento de la Universidad Nacional de Loja y la misma cuenta con un resumen general en lo que respecta a vocabulario del tema de estudio, metodología y resultados de la investigación.

Para realizar cada uno de estos puntos se empleó la siguiente metodología; el método inductivo que permitió analizar el sitio de estudio y su situación actual así como el método deductivo en donde se emplearon tanto encuestas como entrevistas importantes para identificar gustos y preferencias de los visitantes, y con este llevar a cabo el estudio de mercado.

En el diagnóstico se dio a conocer las diversas características internas y externas a la finca, aquí se emplearon cinco factores importantes como son: demográfico, socio- cultural, político, ambiental, conectividad-energía y movilidad. Se analizó las características tanto internas como externas a la finca. En este punto se realizaron encuestas los cuales permitieron conocer de las preferencias y gustos de la población, basados en un público tanto local como extranjero. Una vez obtenida esta información se realizó un

análisis FODA, que ayudo a determinar los objetivos estratégicos que serían empleados para cumplir la propuesta

Por otro lado, En la propuesta del plan de negocios se analizó el mercado como la oferta, la conformación de la empresa, la resolución de los objetivos estratégicos planteados, el análisis financiero donde se determinaron varios indicadores como el Punto de equilibrio, valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio- costo, periodo de recuperación de capital, análisis de sensibilidad. Se analizó la demanda, la capacidad instalada y la capacidad utilizada. También la conformación en la parte administrativa de la empresa como la conformación legal.

En la discusión se encuentra un detalle de todo el proyecto, seguido de las respectivas conclusiones de todo el proceso investigativo y recomendación a las partes involucradas

Así mismo se desarrolló un estudio de impacto ambiental con la finalidad de saber cuáles serían las posibles acciones negativas que se podrían presentar durante la ejecución del proyecto y para determinar las operaciones que permitan mitigar estos impactos.

Una vez analizados todos estos estudios se llegó a varias conclusiones así como recomendaciones entre ellas que es un proyecto factible y que de generar oportunidades de negocio en el cantón y el desarrollo en el ámbito turístico, por otra parte es un proyecto que cuenta con el apoyo del finquero y a su vez se encuentra entusiasmado y motivado para empezar con este proyecto, como recomendación es necesario que se realicen seguimientos de la empresa tanto económicos como del personal que laborara en la empresa con el fin de dar una buena al cliente.

## **4. REVISION DE LITERATURA**

### **4.1. Marco Conceptual**

#### 4.1.1. Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios, estas personas se denominan visitante y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

El turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. (Turismo, 2008).

#### a. Tipos de Turismo

- Turismo de descanso, o simplemente de sol y playa

El turismo convencional, conocido también como el modelo de "sol y playa", es un producto propio de la sociedad urbana e industrial cuyas características principales son entre otras un turismo de gran escala, concentrado desde el punto de vista de la oferta y masificado desde el punto de vista de la demanda (Yarilka, 2012).

#### - Turismo científico

El objetivo principal del viajero que elige este tipo de turismo es abrir más sus fronteras para la investigación en esta área, ampliar y complementar sus conocimientos (Yarilka, 2012).

#### - Ecoturismo

El ecoturismo es un nuevo movimiento conservativo basado en la industria turística que Jones en 1992, define como “viajes responsables que conservan el entorno y sostienen el bienestar de la comunidad local”. Se acompaña por códigos éticos y un enorme grupo de viajeros internacionales, estudiantes, pensadores y el apoyo de los gobiernos de algunos países industrializados. (Eliane, 2008).

#### - Turismo de aventura

El turismo de aventura es otra de las modalidades del turismo alternativo, y sin duda alguna una de las formas que mayores expectativas genera a su alrededor, quizá por el término mismo que evoca, o bien por un cierto misticismo y tabúes que se han generado en su entorno (Mendez, 2014)

#### - Turismo agrícola o agroturismo

El turismo rural contribuye a diversificar la oferta de productos y a sostener la economía de las comunidades rurales. Tiene como finalidad mostrar y explicar una serie de experiencias relativas a la vida rural campesina. Una de las ventajas del Agroturismo es que las compras de productos alimenticios se hacen en la misma granja, o en otras vecinas, de modo que la demanda económica favorece directamente a la comunidad. Para el turista, esto significa una oportunidad de entrar en contacto con la naturaleza aun cuando se trate de espacios sometidos a procesos productivos intensos, conocer los rasgos de una actividad dependiente de ella, pasear en bicicleta o en caballo, alimentarse con productos frescos y sanos (Yarilka, 2012).

#### - Turismo cultural

Modalidad de turismo que hace hincapié en aquellos aspectos culturales que oferta un determinado destino turístico. Este tipo de viajes están motivados por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos de la cultura de un lugar (ARLECO, 2010)

#### - Turismo religioso

Uno de los aspectos que hacen parte del arraigo es su tradición religiosa. Por ello, son varias los lugares que acostumbran visitar los turistas motivados por este tipo de turismo, Por otra parte, las relaciones entre el turismo y las religiones, con sus peregrinaciones y sus encuentros, para ayudar a explotar el potencial que posee el turismo de estimular y facilitar el diálogo entre las distintas civilizaciones, así como analizar las tendencias que se observan en paralelo al turismo propiamente religioso, como es el caso de un turismo más lúdico y espiritual, que interesa especialmente a los jóvenes, y que a menudo tiene una dimensión ecuménica para encontrar y conocer al prójimo. (Unidas, 2007)

#### - Turismo gastronómico

Otra de las motivaciones al momento de desplazarse puede ser el deleitar el paladar y conocer los platos típicos de las regiones, El turismo gastronómico es una forma muy particular de hacer turismo, donde la gastronomía del país visitado es el hecho fundamental que guía la visita. Este tipo de turismo, se presenta hoy como otra alternativa. Es una forma muy particular de conocer el mundo, concentrada en las manifestaciones de la cultura culinaria de cada país (Mendoza, 2008).

#### 4.1.2. Producto turístico

Según OMT, (1998): El conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores.

El producto turístico es el conjunto de elementos tangibles e intangibles, caracterizados en una actividad específica, en un determinado destino. Es también un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran:

- Atractivos: son los elementos que hacen que el turista escoja ese destino y no otro. constituyen la materia prima en la cual el núcleo se organiza.
- Facilidades: son un complemento del producto turístico. no generan flujo turístico pero la falta de estas puede impedir la presencia de los turistas.
- Accesos: son indispensables para que el turista llegue a destino ya que estos son los medios para que esto sea posible.
- Herencia Cultural de un pueblo: es algo muy importante siempre y cuando la expectativa del turista sea conocer culturas, lugares, eventos sociales, estilos de vida autóctonos, etc. es una importante motivación para los turistas.

Los componentes de un producto turístico deben estar desarrollados a fin de atraer a los turistas de mercado potenciales específicos y crear una imagen positiva del destino (Martínez, 2010).

#### 4.1.3. Recursos turísticos

Corresponde a todos los bienes y servicios, que por intermedio de la actividad humana, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.

Son sitios naturales y manifestaciones culturales que merezcan ser visitadas y admiradas por los visitantes. Son el fundamento para el

desarrollo posterior de la atracción y son la materia prima de futuras atracciones (Plandetur, 2015).

#### 4.1.4. Diagnóstico Turístico

Al diagnóstico se lo conoce también como línea base o estado de situación actual y lo que busca específicamente es definir la situación del destino turístico en el presente, es decir, antes de que se ejecute la planificación. Desde este punto de vista, se ha identificado que el diagnóstico sirve para tres propósitos muy concretos:

- Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.

- Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.

- Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación del turismo y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística. (Quijano, 2009).

#### 4.1.5. Plan de negocios

El plan de negocios es un documento formal elaborado por escrito que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción, en el que se incluyen en detalle las acciones futuras que habrán de ejecutar tanto el dueño como los colaboradores de la empresa utilizando los recursos de que disponga la organización, procurar el logro de determinados resultados (objetivos y metas) y que, al mismo tiempo, establezca los mecanismos que permitirán controlar dicho logro.

El plan es vital porque permite:

- Evaluar si una idea puede funcionar y por qué.



- Identificar sus fortalezas, pero también sus debilidades, saber qué recursos va a necesitar.
- Determinar el potencial de una oportunidad de negocios en el mercado y aterrizarla para presentarla de forma clara y atractiva ante terceros.
- Entender qué equipo se requiere para llevar a cabo la iniciativa empresarial y entender qué riesgos pueden afectar la oportunidad de negocios y con qué mecanismos mitigarlos, y diseñar planes de corto, mediano y largo plazo.

El plan de negocios permite identificar qué pasaría si se creara una empresa sin asumir el riesgo de hacerlo. En otras palabras, sirve para simular el futuro de la empresa y tomar decisiones (Giraldo, 2010).

#### 4.1.6. Importancia del plan de Negocios

La importancia de los planes de negocios para las organizaciones ha crecido tanto en los últimos tiempos, sobre todo con la apertura a un mercado global que exige que las empresas sean competitivas, es decir: tener un buen precio, calidad en los productos, entregas a tiempo y con cumplir con las especificaciones que el cliente le solicite aportación que realiza.

Bajo este horizonte de mercado en el que se mueve los negocios, las compañías se ven obligadas a planear su negocio y visualizar el comportamiento del mismo a través del tiempo, por lo que elaborar un plan de negocio resulta de su importancia para este contexto real.

Un plan de negocio se le denomina un documento en el que se describe la idea básica que fundamenta una empresa y en el que se describen consideraciones relacionadas con su inicio y su operación futura, otro concepto menciona que es una forma de pensar sobre el futuro del negocio: a donde ir, cómo ir rápidamente, o que hacer durante el camino para disminuir la incertidumbre y los riesgos. (Longenecker 2007)

#### 4.1.7. Estructura de plan de negocios

Para la elaboración de un plan de negocios no existe una estructura o formato estándar que se utilice para todos los planes por igual, sino que uno debe adoptar la estructura que mejor crea conveniente de acuerdo a su tipo de negocio y a las necesidades u objetivos de su plan, ya sea el servir como guía de implementación, el conocer la viabilidad de un negocio, el conseguir financiamiento.

##### a. Resumen ejecutivo.

Con frecuencia se piensa que el resumen ejecutivo es la sección más importante del plan de negocios. Si no se es capaz de capturar la atención del lector, desde el principio debe transmitir un panorama claro y conciso de la iniciativa de emprendimiento y al mismo tiempo. Comunicar emoción en relación con sus posibilidades.

##### b. Definición del negocio

El objetivo de la definición del negocio es que el lector comprenda en qué consiste el negocio que se va a realizar, y conozca las razones por las que se considera que éste tendrá éxito.

##### - Los datos básicos del negocio

El nombre del proyecto o negocio y otros datos básicos tales como la ubicación del negocio, el tipo de empresa bajo el cual será constituido legalmente, y el tipo de actividad económica al que se dedicará (producción, comercialización o prestación de servicios).

##### - La descripción del negocio

Una descripción del negocio que se va a realizar, así como del producto o servicio que se va a ofrecer (en qué consiste el negocio, cuál será el

producto o servicio que se va a ofrecer, cuáles serán sus principales características o beneficios, etc.).

- Las características diferenciadoras
- Las ventajas competitivas
- El mercado objetivo
- La visión y la misión
- Las razones que justifican la puesta en marcha del negocio
- Los objetivos del negocio
- Las estrategias del negocio

#### c. Estudio de Mercado

En el estudio de mercado se desarrolla el análisis de la industria, el análisis del mercado objetivo, el pronóstico de la demanda y otros elementos relacionados con el mercado en donde va a operar el negocio.

El estudio de mercado suele comprender los siguientes elementos:

- Análisis de la industria: el análisis y descripción de la industria o sector en la cual va a operar el negocio.
- Definición y análisis del mercado objetivo: la definición del mercado al cual se va a dirigir el negocio, y el análisis y descripción del consumidor que lo conforma.
- Análisis de la competencia: el análisis y descripción de los futuros competidores del negocio.
- Análisis y pronóstico de la demanda: el análisis y pronóstico de la demanda que tendrá el negocio para el periodo de tiempo en que está proyectado el plan de negocios.
- Análisis de la comercialización: el análisis y desarrollo de las estrategias comerciales o estrategias de marketing que se utilizarán para atender el mercado objetivo.

- Análisis del mercado proveedor: el análisis y descripción de los proveedores que tendrá o que podría tener el negocio.

#### d. Estudio técnico

En el estudio técnico se describen los requerimientos físicos necesarios para el funcionamiento del negocio, su proceso productivo y la infraestructura, tamaño y demás características del local en donde funcionará.

El estudio técnico está compuesto por los siguientes elementos:

- Los requerimientos físicos: los elementos físicos que serán necesarios para el funcionamiento del negocio.
- El proceso del negocio: las fases o etapas que conformarán el proceso o los procesos del negocio.
- El local del negocio: la descripción del local en donde funcionará el negocio.

#### e. Organización del negocio

En la organización del negocio se describe la estructura jurídica y orgánica del negocio, las áreas o departamentos que lo conformarán, y otros elementos relacionados con estas.

La organización del negocio suele incluir los siguientes elementos:

- La estructura jurídica: la forma jurídica bajo la cual estará constituido legalmente el negocio (persona natural o persona jurídica), su tipo de empresa.
- La estructura orgánica: el tipo de organización que tendrá el negocio las áreas o departamentos que lo conformarán, y las relaciones jerárquicas que se darán entre estas.

- Los cargos y las funciones: los cargos o puestos que tendrá cada área o departamento del negocio, y las funciones, tareas, obligaciones, responsabilidades, jefes y subordinados que tendrá cada uno.
- El requerimiento de personal: el personal que será requerido para cada cargo o puesto del negocio, y el perfil que deberá tener una persona para poder postular a cada uno de estos (experiencia, conocimientos, habilidades, etc.).
- Los gastos de personal: los sueldos, salarios y beneficios que serán asignados a cada cargo o puesto.
- Los sistemas de información: la forma en que se registrará, procesará y distribuirá la información en el negocio.
- El perfil del equipo ejecutivo: el perfil de las personas con las que ya se cuenta para poner marcha y posteriormente gestionar el negocio.

#### f. Estudio de la inversión

En el estudio de la inversión se señala la inversión que se va a requerir para poner en marcha el negocio y hacerlo funcionar durante el primer ciclo productivo, y el financiamiento que se va a utilizar o necesitar.

Para el estudio de la inversión suelen ser necesarios los siguientes elementos:

- Activos fijos: los activos fijos o tangibles que se van requerir antes de iniciar operaciones (terrenos, edificios, construcciones, infraestructura, maquinaria, equipos, herramientas, vehículos, mobiliario, etc.), y la inversión que se realizará en estos.
- Activos intangibles: los activos intangibles que se van a requerir antes de iniciar operaciones, y la inversión que se realizará en estos.
- Capital de trabajo: los elementos que conformarán el capital de trabajo, y la inversión que se realizará en estos.
- La inversión total: la inversión total del proyecto (la suma de la inversión en activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo).

- Estructura del financiamiento: el monto o porcentaje de la inversión que será financiado con capital propio y el monto o porcentaje que será financiado con capital externo.
- Fuentes de financiamiento: la descripción de las fuentes de financiamiento externo que se van a utilizar y de los créditos que estas otorgarán.

#### g. Estudio financiero

El plan financiero es la expresión en cifras de lo que se espera de la empresa, comprende la fijación de los objetivos, el estudio y selección de las estrategias que se usarán para alcanzarlos, la colocación de metas. Permite conocer:

- Las necesidades de financiación, en el corto plazo – operación diaria de la empresa- como en el largo plazo – financiación de inversiones.
- Conocer la viabilidad económica y posibles retornos.
- Conocer el volumen mínimo de ventas necesario para empezar a ganar dinero.
- Estudiar la sensibilidad de tu negocio a los principales factores: crecimiento de ventas, costes etc. (Giraldo, 2010), El plan financiero debe contener:

#### a. Tasa interna de retorno (TIR)

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

La Tasa Interna de Retorno de un proyecto de inversión, es la tasa de descuento que hace que el valor actual de los flujos de beneficio (positivos) sea igual al valor actual de los flujos de inversión (negativos). Una única tasa de rendimiento anual en donde la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual. La consideración de la aceptación de un proyecto cuya

Tasa Interna de Retorno es igual a la tasa de costo de capital, se basa en los mismos aspectos que la tasa de aceptación de un proyecto, cuyo Valor Actual Neto es cero. Es decir, la tasa de costo de capital es el rendimiento del inversionista que asegura cubrir sus desembolsos en efectivo y su costo de oportunidad.

“Se define como la tasa de actualización por medio de la cual el valor actual de ingresos de efectivo, es igual al valor actual de los egresos o salidas de efectivo” (Giraldo, 2010)

b. Valor actual neto (VAN)

El Valor Actual Neto es uno de los métodos básicos, que toma en cuenta la importancia de los flujos de efectivo en función del tiempo.

Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de beneficios futuros, menos el valor actualizado de los costos futuros.

La tasa que se utiliza para descontar los flujos es el rendimiento mínimo aceptable de la empresa, por debajo de la cual los proyectos de inversión no deben realizarse. Si el Valor Actual Neto de un proyecto es positivo, la inversión deberá realizarse y si es negativo deberá rechazarse. (Giraldo, 2010)

c. Relación beneficio- costo

$$\text{RELACION BENEFICIO COSTO} = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}} =$$

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto. Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados. Al mencionar los egresos presentes netos se toman

aquellas partidas que efectivamente generarán salidas de efectivo durante los diferentes periodos, horizonte del proyecto. El estado de flujo neto de efectivo es la herramienta que suministra los datos necesarios para el cálculo de este indicador. (Váquiro, 2010)

d. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio, es aquel punto de actividad en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.

Hallar el punto de equilibrio es hallar dicho punto de actividad en donde las ventas son iguales a los costos, mientras que analizar el punto de equilibrio es analizar dicha información para que en base a ella podamos tomar decisiones. Formula del punto de equilibrio en función de la capacidad instalada:

$$PE = \frac{COST. FIJO TOTAL}{\frac{VENTA}{TOTAL} - \frac{COST VARIABLE}{TOTAL}} \quad 100\%$$

Hallar y analizar el punto de equilibrio nos permite obtener una primera simulación que nos permita saber a partir de qué cantidad de ventas empezaremos a generar utilidades, además conocer la viabilidad de un proyecto. (Váquiro, 2010). Formula del punto de equilibrio en función de las ventas:

$$PE = \frac{COSTO FIJOS TOTALES}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

e. Análisis de sensibilidad

Indica cómo se modifican los resultados de un proyecto al alterarse subjetivamente algunas de sus variables. Deben ser las variables que



tengan mayor influencia sobre la rentabilidad del proyecto, tales como, que respondan a las siguientes preguntas:

¿Qué efectos tendría en los resultados el aumento en el volumen de ventas?

¿Qué efecto tendrá en los resultados si se aumenta el costo del recurso humano a contratar?

Las principales ventajas de utilizar la técnica de análisis son:

-Su fácil entendimiento no requiere tener conocimientos sobre teoría probabilística.

-Su facilidad de aplicación.

$$NTIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

La importancia del análisis de sensibilidad se manifiesta en el hecho de que los valores de las variables que se han utilizado para llevar a cabo la evaluación de un proyecto, pueden tener desviaciones con efectos de consideración en la medición de resultados (Gallardo, 2011).

#### f. Estado de pérdidas y ganancias

El Estado de Ganancias y Pérdidas conocido también como Estado de Resultados, Estado de Ingresos y Gastos, o Estado de Rendimiento; es un informe financiero que da muestra la rentabilidad de la empresa durante un período determinado, es decir, las ganancias y/o pérdidas que la empresa obtuvo o espera tener.

La idea del estudio financiero es la de mostrar que el proyecto es rentable, en cuánto tiempo se recuperará la inversión, y cuánto es lo que se espera obtener por esta (Giraldo, 2010).

#### 4.1.8. Capacidad Instalada

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección, puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos, humanos, tecnología, experiencia y conocimientos. (Nunes, 2015).

Para el cálculo de la utilización de la capacidad instalada en la industria se tiene en cuenta cuál es efectivamente la producción máxima que cada sector puede lograr con la capacidad instalada actual. Tiene en cuenta criterios técnicos, como el aprovechamiento potencial de las plantas productivas empleando el máximo de turnos posibles y las interrupciones necesarias para el mantenimiento apropiado (Jara, 2015).

#### 4.1.9. Demanda

La demanda turística se define como: el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades económicamente, la definimos como la cantidad de “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado (Turismo, 2008).

##### a. Tipos de Demanda

###### - Demanda Potencial

El análisis de la demanda, está basado en la identificación cuantitativa, a partir de análisis históricos de evolución, del tamaño de mercado que requiera la tipología de producto o servicio. Hay que entender cuál es el tamaño y volumen de la demanda, la capacidad de compra de nuestros clientes, el consumo medio por cliente y las pautas de comportamiento de la demanda.

La demanda potencial es un límite superior de la demanda real que se ha de estimar para el supuesto en que el esfuerzo comercial realizado es máximo. Cantidad expresada en unidades físicas o monetarias, referidas a un periodo temporal y unas condiciones dadas. (Turismo, 2008).

#### - Demanda Real

La demanda real de un cierto producto o servicio a diferentes precios puede considerarse como los requerimientos de cualquier tipo de consumidor. (Turismo, 2008).

#### - Demanda Efectiva

La demanda efectiva es el deseo de adquirir un bien o servicios, más la capacidad que se tiene para hacerlo (Turismo, 2008).

#### 4.1.10. Oferta

Es el conjunto de servicios turísticos colocados efectivamente en el mercado. La oferta turística básica corresponde al conjunto de establecimientos, bienes y servicios de carácter residencial, artístico, cultural, social, recreacional y de otras tipologías complementarias, capaces de captar y asentar en una determinada zona y en un periodo de tiempo dado, una población que procede del exterior. Es el conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los públicos en un mercado (Córdova, 2010).

#### 4.1.11. Marketing

Marketing es un concepto inglés, traducido al castellano como mercadeo o mercadotecnia. Se trata de la disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores. El marketing analiza la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar,

retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades.

El marketing mix: es uno de los elementos clásicos del marketing, es un término creado por McCarthy en 1960, el cual se utiliza para englobar a sus cuatro componentes básicos: producto, precio, distribución y promoción. Las 4Ps del marketing (el marketing mix de la empresa) pueden considerarse como las variables tradicionales con las que cuenta una organización para conseguir sus objetivos comerciales.

#### a. Producto

El producto es el medio por el cual se satisfacen las necesidades de los consumidores. Por tanto, el producto debe centrarse en resolver dichas necesidades y no en sus características tal y como se hacía años atrás. Dentro del producto encontramos aspectos tan importantes a trabajar como la imagen, la marca, o los servicios postventa.

#### b. Precio

El precio es la variable del marketing mix por la cual entran los ingresos de una empresa. Antes de fijar los precios de nuestros productos debemos estudiar ciertos aspectos como el consumidor, mercado, costes, competencia, etc.

Establecer correctamente nuestra estrategia de precios no es tarea fácil y tal y como se ha comentado anteriormente, todas las variables, incluido el precio tienen que trabajar conjuntamente y con total coherencia. La variable del precio nos ayuda a posicionar nuestro producto, es por ello que, si comercializamos un producto de calidad, fijar un precio alto nos ayudará a reforzar su imagen.

### c. Distribución

La distribución juega un papel clave en la gestión comercial de cualquier compañía. Es necesario trabajar continuamente para lograr poner el producto en manos del consumidor en el tiempo y lugar adecuado. No hay una única forma de distribuir los productos, sino que dependerá de las características del mercado, del mismo producto, de los consumidores, y de los recursos disponibles. Dentro del marketing mix, la estrategia de distribución trabaja aspectos como el almacenamiento, gestión de inventarios, transporte, localización de puntos de venta, procesos de pedidos, etc.

### d. Promoción

La promoción consiste en transmitir información entre el vendedor y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos. La función principal del director de marketing consiste en comunicar a los consumidores meta que el producto idóneo se encuentra disponible en el lugar adecuado al precio correcto. La Campaña publicitaria que se hace de un determinado producto o servicio durante un tiempo limitado mediante una oferta atractiva. (McCarthy, 1960)

## **4.2. MARCO REFERENCIAL**

### 4.2.1. Antecedentes Provincia – cantón – Parroquia

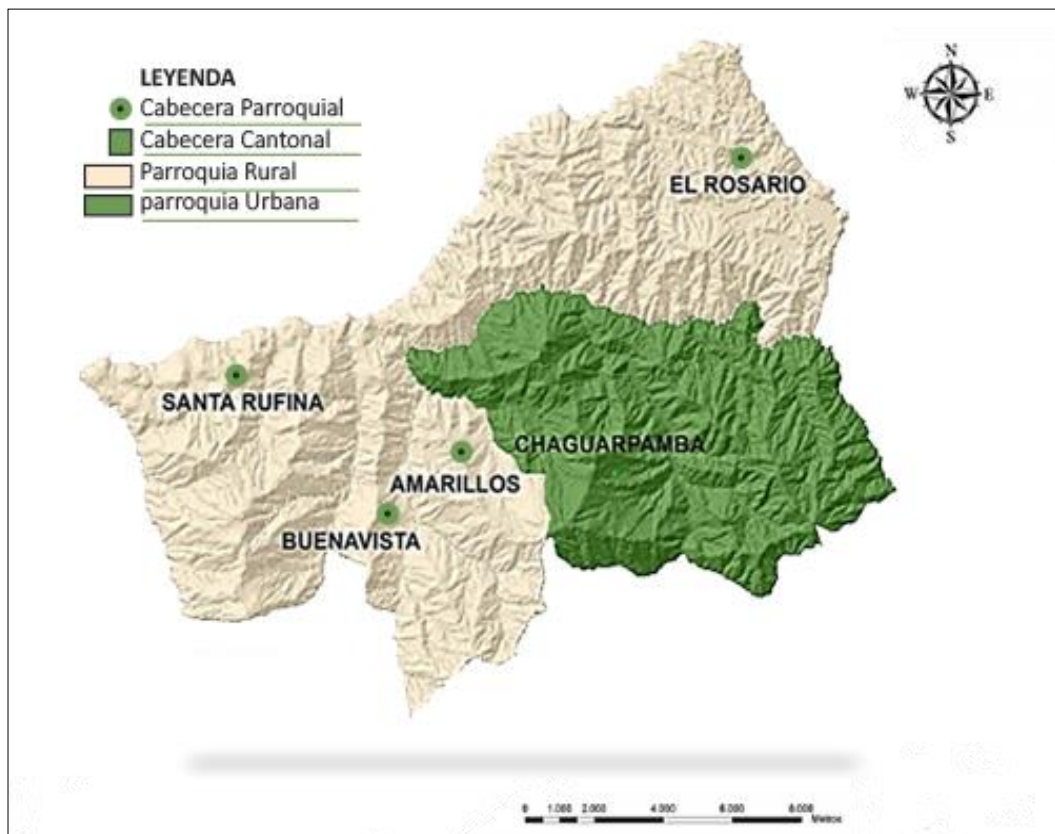
La provincia de Loja se encuentra ubicada al sur del Ecuador, misma que es llamada “Centinela del Sur”, por sus bellezas singulares y sus tradiciones culturales es uno de los principales atractivos turísticos del país, con innumerables valles y pequeñas elevaciones.

Cada rincón de la provincia de Loja tiene sus características especiales; en la parte Sierra, la belleza de su naturaleza deslumbra en el Parque Nacional Podocarpus, uno de los más importantes de América; en la parte occidental, recorrer el Bosque Seco es una aventura.

Al visitar el cantón Loja, por donde vayamos, sus paisajes se combinan con el aroma del café y la exquisita variedad de su gastronomía. Venir al sur del país nos da la posibilidad de prolongar la vida en el valle de la longevidad de Vilcabamba, de conocer la tierra de las Paltas, Saraguro, del milenario bosque petrificado de Puyango, y de visitar a Chaguarpamba cantón que une a la serranía con la costa, es por ello que en su gente se sienten las costumbres de ambas regiones.

La cabecera cantonal de Chaguarpamba, se encuentra a una distancia aproximada de 117 kilómetros de la provincia de Loja, requiriéndose un tiempo aproximado de dos horas de viaje. Tiene una altitud de 1050 msnm.

Grafico 1 Cantón Chaguarpamba



**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial  
**Elaboración:** Paola Nathaly Poma Curimilma

#### 4.2.2. División Política

El cantón cuenta con 1 parroquia urbana, 4 parroquias rurales y 68 barrios. La parroquia urbana es Chaguarpamba, y las rurales son: Amarillos, Buenavista, El Rosario y Santa Rufina.

La mayoría de la población se dedica a actividades agrícolas y ganaderas, de ahí que se levantó un monumento en honor al caficultor, en alusión a la producción de café, que es el producto estrella de los chaguarpambenses los Barrios de las parroquias son:

##### **e. Buenavista:**

Ombomba, Hacienda Nueva, Pan de Azúcar, Reina de El Cisne, La Paica, Las Amapolas, Santa Lucía, Antoncillo, La Merced, Guango, Valle Hermoso, El Palmar, San José, Potrerillos, Lamederos, Centro Parroquial.

##### **f. Santa Rufina**

La Y del Guineo, Cucula, Moshqueros, Samanga, Pueblo Nuevo, Guineo Alto, Lozumbe, Cucumate, Centro parroquial, El Pindo, Amancayes.

##### **g. El Rosario**

Cordillera de Ramos, Cuatro Lomas, Yuruyuru, Centro Parroquial, El Pindo, El Trapiche.

##### **h. Amarillos**

Puente Guadúas, San Miguel, Miraflores (Piedras, Totumos), Acapulco, Naranjito, cabecera parroquial Amarillos, el Sauce, San Ramón, la Victoria y Arabiscas.





**Al sur:** con los cantones Olmedo y Paltas

**Al este:** Con el cantón Catamayo

**Al oeste:** con el cantón Paltas

#### 4.2.4. Clima

En su territorio se distinguen dos clases de climas en cada año: el clima tropical mega térmico seco que se hace presente durante el periodo seco entre los meses junio a diciembre y el clima meso térmico semi-húmedo en el periodo lluvioso de enero a mayo.

#### 4.2.5. Atractivos Turísticos

A pesar que el turismo en el cantón aún no se ha desarrollado, no se puede hablar de un gran beneficio económico originado por esta actividad debido a sus limitaciones que tienen directa relación con las condiciones de conectividad, oferta de súper estructura o promoción, sin embargo, es importante señalar que Chaguarpamba cuenta con varios atractivos turísticos que todavía no han sido explotados.

##### a. Iglesia Matriz de Chaguarpamba.

Ubicada en el centro de la cabecera cantonal de Chaguarpamba, esta construcción se realizó por el año de 1930 impulsada por el padre Juvenal Jaramillo y su Sindico Francisco Aldeán su reconstrucción se la realizó en el año de 1960 aproximadamente.

##### b. Cerro de Surapo.

Este cerro posee algunas particularidades, como su cumbre en forma de punta de lanza que sin embargo una vez coronada nos ofrece una hermosa vista y una gran planicie; una de las leyendas dice que los antepasados realizaban en este lugar encuentros deportivos.

c. Cerro de Infiernillos.

Ubicado en la confluencia de los ríos Yaguachi y la Quebrada Guaduas, este atractivo turístico goza de una leyenda, en donde se dice que existe una paila de oro, la misma que hasta la actualidad nadie ha podido descubrir.

d. Cerro Chincha-Cruz.

Tiene 1919 m de altura es el más alto de la parroquia y Cantón Chaguarpamba, encontramos pequeñas áreas de bosque nativo es por ello que existe una gran riqueza florística y faunística, además es el principal abastecedor de agua para consumo humano en la ciudad de Chaguarpamba y Amarillos

e. Cerro Piedra tabla.

Ubicado en la Parroquia Santa Rufina, a 30Km de la ciudad de Chaguarpamba, es un cerro de características florísticas, faunísticas y paisajísticas excepcionales, además de atractivo turístico es el principal abastecedor de agua para regadío en las partes bajas de la parroquia.

f. Petroglifos de Misquillana

A 300 metros de este lugar en línea recta hacia el sur se encuentra el cuarto bloque de piedra de 1,20 m de largo por 70 cm de ancho de forma ovoidal, en cuya superficie está grabado un ideograma con la figura de un sol, que se supone que representa a un plano de una ciudad iluminada por un sol.

#### 4.2.6. Datos generales de la Finca.

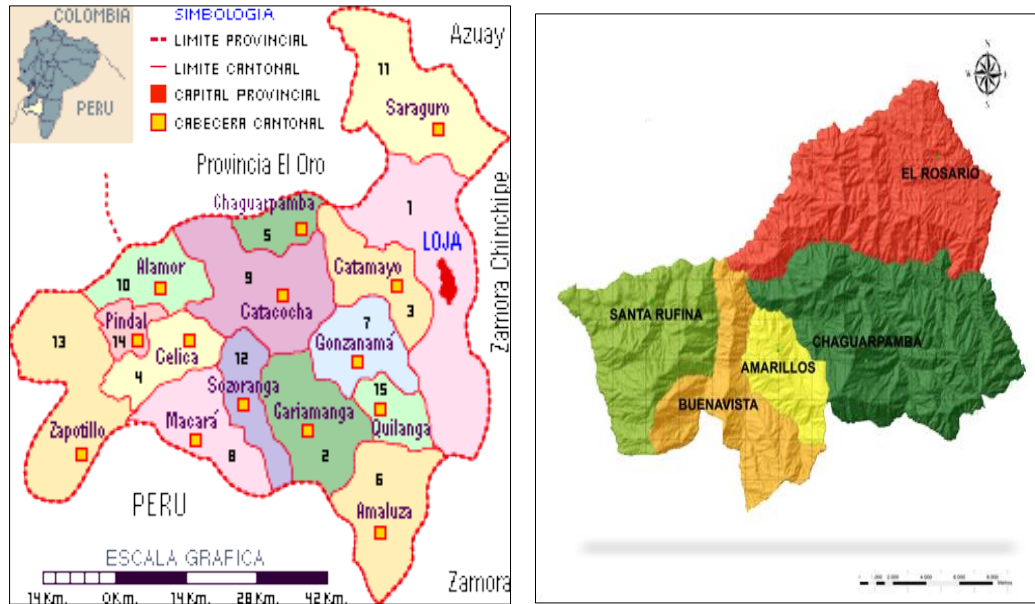
La Finca “Romerillos” se encuentra ubicada en la parroquia Chaguarpamba a 117 kilómetros de Loja y se puede acceder desde la vía panamericana a 5 minutos del centro de Chaguarpamba.

La finca está Administrada por el Señor. Manuel Romero, tiene alrededor de dos años, en un principio esta fue adquirida solo para el disfrute familiar, pero después empezaron a cultivar café con el fin de comercializarlo, pero en la actualidad desean implementar un producto turístico el mismo que tiene como fin dar a conocer la finca a turistas extranjeros y a la población en general. Esta finca posee un fácil acceso ya que está a tan solo cinco minutos de la carretera principal.

Cuenta con 14 hectáreas de terreno en las cuales son 11.000 plantaciones de café, actualmente este café es de tres clases; además de contar con árboles frutales de plátano, maracuyá, poma rosas y chirimoyas. Además, cuenta con caballares listos para montar y dar un recorrido por la finca. Posee una casa la misma que en la actualidad sirve como vivienda para los trabajadores. Para el riego de la finca cuenta con un reservorio de agua el cual tiene un mantenimiento constante.

#### 4.2.7. Macro y Micro Localización

Grafico 3 Macro Localización de la provincia de Loja y el cantón Chaguarpamba



Fuente: Google Map, Plan de ordenamiento territorial  
Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

Grafico 4 Micro Localización de la Finca “ROMERILLOS”



Fuente: Sr. Manuel Romero  
Elaboración: Arq. Felipe Michael Jiménez

## **5. MATERIALES Y METODOS**

### **5.1. MATERIALES**

Los materiales utilizados para el cumplimiento del presente proyecto son:

- Materiales de oficina: Resma de papel, Esferográficos, cuadernos, Carpetas, Copias, Impresiones.
- Equipo Técnico: Computadora, Cámara Fotográfica, Grabadora.
- Flash Memory

Cada uno de los materiales que se encuentran detallados se utilizó para el desarrollo de la presente investigación.

### **5.2. METODOS**

#### **a. Método Histórico**

Consiste en el estudio de la realidad a partir del análisis de la sucesión de hechos y fenómenos que se dan en determinados periodos históricos o etapas del desarrollo. Este método toma muy en cuenta el análisis de los antecedentes, las causas y consecuencias de esos hechos. Gracias a este método se pudo conocer y evaluar la evolución de determinados problemas económicos y sociales, así como proveer sus tendencias futuras. Permite un análisis dinámico de los problemas en decir en su movimiento, en su devenir (Sampieri, 2006)

Este método permitió mediante la bibliografía, revistas, libros obtener la información necesaria para el desarrollo del proyecto de investigación.

#### **b. Método Sintético**

La aportación fundamental del método sintético es poner de manifiesto el valor de los hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica los diversos elementos. Es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis;

se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve (Sampieri, 2006).

Este método es un proceso mediante el cual se relacionan hechos y se permita formular una teoría que unifique los diversos acontecimientos. La misma que reúna varios elementos que formulen una hipótesis

#### c. Método deductivo

Desglosando etimológicamente el término método deductivo, se puede decir que la palabra deductivo viene del latín “deductivos” que quiere decir “obra por razonamiento”. Cuando se habla de método deductivo se refiere a aquel método donde se va de lo general a lo específico. Este comienza dando pasos a los datos en cierta forma válidos, para llegar a una deducción a partir de un razonamiento de forma lógica o suposiciones; o sea se refiere a un proceso donde existen determinadas reglas y procesos donde gracias a su asistencia, se llegan a conclusiones finales partiendo de ciertos enunciados o premisas.

Es un método científico que considera que la conclusión se halla implícita dentro las premisas. Esto quiere decir que las conclusiones son una consecuencia necesaria de las premisas: cuando las premisas resultan verdaderas y el razonamiento deductivo tiene validez, no hay forma de que la conclusión no sea verdadera (Sampieri, 2006).

De toda la información obtenida se clasifica dejando los rasgos más importantes en la investigación.

#### d. Método inductivo

El método inductivo es aquel método científico que alcanza conclusiones generales partiendo de hipótesis o antecedentes en particular. Fuentes expresan que este método originalmente puede ser asociado a estudios de Francis Bacon a inicios del siglo XVII.

El método inductivo suele basarse en la observación y la experimentación de hechos y acciones concretas para así poder llegar a una resolución o conclusión general sobre estos; es decir en este proceso se comienza por los datos y finaliza llegando a una teoría, por lo tanto se puede decir que asciende de lo particular a lo general. En el método inductivo se exponen leyes generales acerca del comportamiento o la conducta de los objetos partiendo específicamente de la observación de casos particulares que se producen durante el experimento. Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación (Sampieri, 2006).

Con la ayuda de este método se analizó cada una de las características de la población en estudio, la misma que permitió clasificar la información más importante para el proyecto.

#### e. Método Descriptivo

Este método se utiliza para recoger, organizar, resumir, presentar, analizar, generalizar, los resultados de las observaciones. Este método implica la recopilación y presentación sistemática de datos para dar una idea clara de una determinada situación.

Las ventajas que tiene este estudio es que la metodología es fácil, de corto tiempo y económica. En el estudio descriptivo el propósito del investigador es describir situaciones y eventos. Esto es, decir como es y se manifiesta determinado fenómeno.

También conocida como la investigación estadística, describen los datos y características de la población o fenómeno en estudio. Responde a las preguntas: ¿quién, ¿qué, ¿dónde, por qué, ¿cuándo y cómo? (Sampieri, 2006)

Este método permitió clasificar la información más relevante de cada tema a tratar permitiendo describir cada acontecimiento de manera precisa.

f. Método de análisis rápido y planificación participativa.

Es un proceso de aprendizaje intensivo, iterativo y rápido, establecido para entender unas situaciones específicas. Este método usa pequeños grupos multidisciplinarios y una gran diversidad de medios, herramientas y técnicas para recoger informaciones. (Sampieri, 2006).

Con este método se organizó la socialización realizada en la coordinación de turismo de tal forma que se hiciera de una manera ordenada seguida de una agenda de trabajo.

### **5.3. Técnicas**

a. Observación Directa

Es aquella donde se tienen un contacto directo con los elementos o caracteres en los cuales se presenta el fenómeno que se pretende investigar, y los resultados obtenidos el mayor número de datos del atractivo. Los pasos claves para la observación son:

- Determinar el objeto, situación, caso que se va a observar
- Determinar los objetivos de la observación (para qué se va a observar)
- Determinar la forma con que se van a registrar los datos
- Registrar los datos observados
- Analizar e interpretar los datos y elaborar conclusiones
- Elaborar el informe de observación (Puente, 2001).

En este punto se resaltó la calidad de los atractivos del cantón como de la finca y con ello darles una valoración.



## b. La Entrevista

Técnica de obtención de información mediante el diálogo mantenido en un encuentro formal y planeado, entre una o más personas entrevistadoras y una o más entrevistadas, en el que se transforma y sistematiza la información conocida por éstas, de forma que sea un elemento útil para el desarrollo de un proyecto. Es una técnica formal que se la realización el fin de obtener información valiosa existen algunos tipos de entrevistas las cuales son:

Estructuradas: Consiste en realizar preguntas estudiadas y bien definidas, cuyas respuestas pueden ser:

- Respuestas abiertas: el entrevistado responde libremente a las preguntas realizadas por el entrevistador.
- Respuestas cerradas: el entrevistado elige entre una serie predefinida de respuestas.

No estructuradas: Donde tanto las preguntas como las respuestas son libres.

Mixta: Hacemos preguntas de los dos tipos (Puente, 2001). La entrevista es un punto importante en la investigación ya que con él se determinó en parte la situación actual tanto del cantón como de la finca y de las aspiraciones en cuanto al proyecto turístico.

## c. Análisis FODA

El análisis FODA lo podemos definir como una herramienta de análisis estratégico, que permite analizar elementos internos y por tanto controlables, tales como fortaleza y debilidades, además de factores externos a la misma y por tanto no controlables, tales como oportunidad y amenazas del sitio (Puente, 2001). Con este se pudo analizar tanto interna como externamente a la finca y poder establecer los objetivos estratégicos del proyecto.

#### d. La encuesta

La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado.

En la encuesta a diferencia de la entrevista el encuestado lee previamente el cuestionario y lo responde por escrito, sin la intervención directa de la persona.

Una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población (Puente, 2001).

Esta técnica fue empleada a la hora de estructurar las encuestas de tal manera que se pudo encontrar las necesidades de la población con respecto a la creación de un espacio turístico.

#### **5.4. Metodología por objetivos**

Para el cumplimiento del primer objetivo: **Realizar un diagnóstico del estado actual de la finca “ROMERILLOS”, parroquia Chaguarpamba, Cantón Chaguarpamba, provincia de Loja.**

Para este objetivo se empleará el método Histórico que permitirá obtener información precisa y analizar la misma con la finalidad de conocer la situación actual de la finca. Así como también el método sintético permitirá obtener información de libros, páginas web y demás fuentes bibliográficas que sean relacionadas con el tema con la finalidad de conseguir información confiable del sitio.

Se emplearán las fichas de inventario (MINTUR) de los atractivos que se encuentran en la Finca para la recopilación de información utilizando aquí la técnica de observación directa, La misma que dará una perspectiva más clara del estado actual de estos, esta información servirá para realizar el análisis FODA del sector.

Además, la información se obtendrá mediante encuestas realizadas a base del método descriptivo ya que este método es ideal para describir datos y características más precisas de la población las mismas que serán ejecutadas a los cantones Chaguarpamba y Loja, así como también entrevistas al propietario, trabajadores de la finca y demás personal vinculado a esta actividad el cual permitirá conocer pro y contras que se tomaran en cuenta para el mejoramiento del lugar.

Para el desarrollo de las encuestas se tomará la muestra de la población de los cantones realizando una proyección hasta el 2016 para obtener una muestra más actual.

El Total de la población es de 5.789 de la cual se tomará la muestra para las encuestas:

Reemplazando:

z: nivel de confianza 1.96

q: probabilidad de favor 0.5

p: probabilidad en contra 0.5

N: universo

e: margen de error de estimación (0.05)

Desarrollo de la formula:

$$n: \frac{z^2 * p * q * N}{Ne^2 + (z^2 * p * q)}$$

$$n: \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 5789}{5,789 * (0,05)^2 + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n: \frac{1,9208 * 2894,5}{14,4725 + 0.9604}$$

$$n: \frac{5559,7556}{15.4329}$$

$$n = 360,16 \quad n = 360 \text{ encuesta}$$

Para el cumplimiento del segundo objetivo: **Proponer un Plan de Negocios para la finca “Romerillos” de la parroquia Chaguarpamba, Cantón Chaguarpamba, provincia de Loja.**

Para este objetivo se tomará en cuenta el método deductivo e inductivo, ya que con la información obtenida de las encuestas y de las entrevistas permitirá conocer las necesidades de la población de un lugar de esparcimiento, además de conocer el rango de aceptación en nuevos proyectos turísticos y demás información relevante y necesaria con el fin de mejorar el lugar y adaptarlo.

También, se empleará el estudio administrativo este estudio mostrará los elementos administrativos tales como la planeación estratégica, las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado; así como el estudio técnico en el cual se realizará un análisis del proceso de producción dentro de la finca y financiero para conocer los gastos y el monto de la inversión necesario para el proyecto.

Para el cumplimiento del tercer objetivo: **Socializar el Plan de Negocio con el propietario la parroquia de Chaguarpamba, Cantón Chaguarpamba, Provincia de Loja.**

En este objetivo se aplicará el método MARPP (Método de análisis rápida y planificación participativa) que permitirá socializar el trabajo de investigación como primer punto se hará una agenda de socialización y la respectiva convocatoria; como segundo punto el conversatorio con el propietario, autoridades del consejo provincial con el fin de obtener algunos puntos de vista como conclusiones y recomendaciones respecto al proyecto.

## 6. RESULTADOS

### 6.1. DIAGNÓSTICO DEL ESTADO ACTUAL DE LA FINCA ROMERILLOS, PARROQUIA CHAGUARPAMBA, CANTÓN CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA.

#### 6.1.1. Análisis externo

##### 6.1.1.1. Factor demográfico

###### a. Provincia Loja

Cuadro N° 1 Población total provincia de Loja

<b>Año</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>	<b>Total</b>
<b>1990</b>	194.355	190.343	384.698
<b>2001</b>	207.240	197.595	404.835
<b>2010</b>	228.172	220.794	448.966
<b>2016</b>	243.652	235.772	479.424

Fuente: INEC 2010

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

Como se observa en el cuadro N°3 la población de la provincia de Loja, tuvo un crecimiento considerable de habitantes que se encuentran distribuidos a nivel de los cantones que la constituyen; es por ello que se consideró la proyección hasta el año 2016, donde, tasa de crecimiento utilizada desde el año 1990- 2001 fue de un 0.8%; mientras que la tasa de crecimiento desde el año 2001- 2010 fue de un 0.5% y a partir del 2010 la tasa de crecimiento considerada fue de 1.1%.

## Cantón Chaguarpamba

La población del cantón Chaguarpamba según el (INEC) estima que la tasa de crecimiento que de acuerdo al censo de población ha ido en disminución desde 1990 hasta el 2010. Siendo una de las características principales la migración y el decrecimiento recesivo Por lo que ha sido necesario tomarlo en cuenta para la presente investigación.

A continuación, se detalla la población de hombre y mujeres del cantón Chaguarpamba considerando el porcentaje de la provincia de Loja la misma que es de 1,1%, con este porcentaje se realizó la respectiva proyección hasta el año 2016.

Cuadro N° 2 Población cantón Chaguarpamba

<b>Año</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>	<b>Total</b>
<b>1990</b>	4.835	5.015	9.850
<b>2001</b>	3.886	4.012	7.898
<b>2010</b>	3.427	3.734	7.161
<b>2016</b>	3.659	3.987	7.647

Fuente: INEC 2010

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

La estructura de la población se analiza teniendo en cuenta cual es la composición de los habitantes del territorio cantonal, según el sexo para conocer las posibilidades reproductivas; según la edad para poder hacer previsiones; y según las actividades económicas a las que se dedican, para conocer cuál es su grado de desarrollo y sus formas de asentamientos. La población por grupos etarios y por áreas del cantón Chaguarpamba se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 3 Población por Edades

Grupos de Edad	Sexo			%
	Hombre	Mujer	Total	
Menor de 1 año	71	61	132	1,84
De 1 a 4 años	255	261	516	7,21
De 5 a 9 años	367	353	720	10,05
De 10 a 14 años	420	401	821	11,46
De 15 a 19 años	326	301	627	8,76
De 20 a 24 años	231	192	423	5,91
De 25 a 29 años	203	173	376	5,25
De 30 a 34 años	198	201	399	5,57
De 35 a 39 años	196	189	385	5,38
De 40 a 44 años	211	166	377	5,26
De 45 a 49 años	206	168	374	5,22
De 50 a 54 años	172	142	314	4,38
De 55 a 59 años	175	177	352	4,92
De 60 a 64 años	149	161	310	4,33
De 65 a 69 años	215	168	383	5,35
De 70 a 74 años	157	125	282	3,94
De 75 a 79 años	92	86	178	2,49
De 80 a 84 años	58	62	120	1,68
De 85 a 89 años	26	27	53	0,74
De 90 a 94 años	6	7	13	0,18
De 95 a 99 años	-	3	3	0,04
De 100 años a mas	-	3	3	0,04
<b>Total</b>	<b>3734</b>	<b>3427</b>	<b>7161</b>	<b>100</b>

Fuente: INEC 2010

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

En la siguiente tabla se presentan la proyección poblacional de la parroquia Chaguarpamba, tomando como base el censo de población realizado el año 2010, que cuenta con 3.579 habitantes; donde además se utilizó la tasa de crecimiento para la realización de las proyecciones el mismo que tiene un índice negativo que es de -1.06%.

Cuadro N° 4 Proyecciones de la Parroquia Chaguarpamba

Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Población</b>	3579	3541	3503	3466	3429	3393	3357

Fuente: INEC 2010

Elaboración Paola Nathaly Poma Curimilma



### **6.1.1.2. Factor Económico**

#### **a. Producto interno Bruto (PBI)**

El (PBI) producto interno bruto es una medida macroeconómica que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de demanda final de un país o una región durante un período determinado de tiempo normalmente de un año.

El turismo en el Ecuador se ha convertido en el cuarto rubro aportante a la economía del país. En el 2011 movió 5000 millones de dólares, donde el gasto económico del turista ha crecido en los últimos años esto ha permitido que el turismo se vaya posesionando dentro del aporte al producto interno bruto. En el 2012 el turismo ha crecido el 13,52% en relación al 9% del 2011. Esto se da porque el país se convirtió en un receptor de turistas extranjeros y ha desarrollado un plan para incrementar los desplazamientos internos de los ciudadanos locales, a través de la inversión en las carreteras de acceso a los sitios llamativos, como la Amazonía.

En el 2011 se desplazaron por las cuatro regiones del Ecuador 10.4 millones de personas que recorrieron indistintamente los Andes, la Amazonia y las Islas Galápagos, en este último siendo el principal imán turístico del Ecuador, en el año 2011 recibió 1,14 millones de turistas extranjeros. Y en EL 2012 esa cifra aumentó un 15 %,

El turismo representa el 4.4% del Producto Interno Bruto y es uno de los principales sectores productivos del país. No obstante, todavía no alcanza una participación acorde al contexto mundial, que es el 10.9% del PIB.

El producto interno bruto en el país ha ido creciendo en el transcurso de los años y esto permite que se tengan más oportunidades de desplazamiento en las cuales se incentive a crear proyectos y por ende fuentes de trabajo el trabajo arduo y de todos permitirá que todos los atractivos sean conocidos a nivel mundial.

## b. Crecimiento Turístico

El crecimiento turístico ha sido considerable debido a los proyectos realizados por el Ministerio de Turismo donde se ofrecen Servicios de calidad, estimulan las inversiones turísticas y fortalecer la promoción interna y externa del potencial turístico de Ecuador, fueron los principales ejes de acción.

Estas acciones están diseñadas para hacer del turismo la primera actividad económica no petrolera del país al 2018, a través de la priorización de productos, de destinos y de mercados, y, a duplicar los ingresos por concepto de turismo. Entre los logros alcanzados por el Ministerio de Turismo durante el 2015 destacan:

- La llegada de extranjeros al país alcanzó el 1.560.429
- Los turistas extranjeros que más visitan el país provienen de Colombia 23,64%, Estados Unidos 16,66% y Perú 11,27%, entre otros.
- El promedio de gasto de los turistas extranjeros se estima alrededor de 1.200 dólares. En el 2015 se registró un saldo positivo en la balanza turística estimado en 650 millones, a diferencia del 2007 que mantenía un déficit de balanza turística de 106,7 millones.
- Los ingresos económicos por turismo han pasado de 492.2 millones de dólares en 2007 a un estimado de 1.691,2 millones de dólares en 2015, lo que representaría un crecimiento promedio anual del 13%.

Además de esto reconocimientos en campañas Internacionales como: ALL YOU NEED IS ECUADOR, FEEL AGAIN donde se realizó la promoción de la biodiversidad del país a otros como Reino Unido, China, Alemania, Colombia, Perú, Estados Unidos, Australia y Chile.

Así como campañas a nivel de país como: "Ecuador Potencia Turística" donde se busca que la población ecuatoriana conozca primero todas las

riquezas con las que cuenta el país, otra campaña interna es “XPEDICION ECUADOR” donde se presenta los atractivos de manera lúdica, y el público principal fueron niños.

En lo que respecta al cantón Chaguarpamba desde el 2014 se desarrolla una campaña denominada “Chaguarpamba te enamora” que busca mostrar tanto a la provincia como al país las bondades que posee, ya sea en los atractivos naturales como también gastronómicos.

Los proyectos que ha realizado el ministerio de turismo como máxima entidad han sido de gran fortaleza para el país, ya que ha permitido que año tras año ingresen al país más turistas y permitan que la economía generada por este factor aumente y contribuya al desarrollo turístico del país.

#### c. Actividades económicas

La principal actividad económica de Chaguarpamba es la agricultura, de lo cual la mayor participación se encuentra en el área rural y urbana con un 64.82% de la población ocupada; por otro lado, la población ocupada en el comercio en el área urbana y rural es de 17.24 % y manufactura en el área urbana y rural es del 12.57%. La Tasa global de ocupación global en el cantón Chaguarpamba es del 94.63%.

#### d. Servicios turísticos de Chaguarpamba

En la parroquia Chaguarpamba existe dos establecimientos de alojamiento las cuales mantienen una Segunda y Tercera categoría, que le permite al visitante sentir confort a la hora del descanso. A continuación, se detallan dichos establecimientos.

Cuadro N° 5 Hoteles de la Parroquia

<b>Nombre del establecimiento</b>	<b>Categoría</b>	<b>Número de Habitaciones</b>
Hotel Carolina	Tercera	18 habitaciones
Hotel Marvek	Segunda	15 habitaciones

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial  
**Elaboración:** Paola Nathaly Poma Curimilma

- Servicio de Alimentación

La Parroquia cuenta con algunos restaurantes que ofrecen tanto comida típica como rápida. A continuación, se detalla:

Cuadro N° 6 Restaurantes de la Parroquia

<b>Nombre del Establecimiento</b>	<b>Dirección</b>	<b>Costo del plato</b>
Nuestra Señora del Carmen	Av. Panamericana	2.50 a 3.00 \$
Alborada	Av. Panamericana	2.00 a 3.00
Picantería Angélica	Av. Panamericana	3.00 a 7.00
Restaurante Doña Ceci	Av. Panamericana	2.00 a 3.00
Asadero de Pollo Reina del Cisne	10 de agosto y Unión	3.50
Sabor Criollo	Av. Panamericana	2.00 a 2.50

**Fuente:** Plan de Ordenamiento Territorial  
**Elaboración:** Paola Nathaly Poma Curimilma

6.1.1.3. Factor Político

Es fundamental tomar en cuenta los diferentes reglamentos y leyes de la constitución debido a que permiten hacer un análisis de las bondades que esta presta, es por ello que se toma en consideración el plan nacional del buen vivir 2013- 2017 el mismo que dice que el talento humano se nutre de los saberes existentes, del vivir diario, de la indagación y de la retroalimentación constante de conocimientos, donde; el conocimiento

como acervo colectivo es, además un, catalizador de la transformación económica y productiva. Para ello, es necesario asentar los procesos de creación, acumulación, especialización y transferencia de conocimiento hacia los sectores productivos.

Además, Se deben fortalecer los procesos de industrialización y prestación de servicios con valor agregado, adecuados a las características del territorio. Alcanzar este reto supone también dar énfasis, en la acción pública, a los derechos de propiedad intelectual y de las ideas.

Por otro lado, también se considera dentro de este punto la gobernabilidad de la parroquia Chaguarpamba, la misma que está estructurada según el plan de ordenamiento territorial en el año 2014- 2019.

**Alcalde de Chaguarpamba:** Ing. Líder Córdova Robles

**Vicealcalde de Chaguarpamba:** Sr. José Balcázar Torres

**Concejales del Cantón Chaguarpamba:**

Ing. Leidy Gordillo Campoverde

Sr. Fulton Encalada Reyes

Srta. Nedy Leticia Ortiz Herrera

Sr. Santos Benito Díaz Herrera

Donde tienen como punto principal dinamizar los proyectos de obras servicios con calidad y oportunidad que aseguren el desarrollo social, económico y ambiental de la población.

Dentro de las competencias que les corresponden a los gobiernos autónomos descentralizados son planificar con instituciones públicas y la población al desarrollo regional y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad, así como también determinar las políticas de investigación e innovación del

conocimiento, además de fomentar las actividades productivas del sector para el desarrollo del lugar.

#### **6.1.1.4. Factor tecnológico**

##### **a. Conectividad**

En la parroquia de Chaguarpamba se considera aun con déficit de tecnología, ya que el 92% de la población no dispone de este servicio y en un reducido porcentaje representado por el 8% son beneficiados. Debe indicarse que este servicio es la principal herramienta de trabajo tanto para los pequeños productores y comerciantes, así como para cubrir las necesidades socio-económicas individuales de cada uno de los clientes.

Existen dos empresas que prestan estos servicios a la colectividad, estas empresas son Claro y Movistar, con coberturas y usuarios diferentes tanto en la parte urbana como rural.

En cuanto al internet en la actualidad se ha incrementado al igual que el servicio de telefonía celular que se lo encuentra en casi todos los sectores de la provincia y país, las compañías telefónicas que se encuentran proporcionando este servicio en la parroquia son: TELCONET y actualmente CNT (Corporación Nacional de Telecomunicaciones), quienes venden un servicio de internet inalámbrico especialmente a instituciones públicas y a varios locales comerciales.

La cabecera cantonal cuenta con tres locales que prestan el servicio de internet, que se constituye en la principal herramienta de promoción para los prestadores de servicios, pues esto les permite realizar actividades comerciales, académicas, entre otras.

El servicio de computadora en el Cantón Chaguarpamba es muy deficitario está representado por el 6% (126 hogares) que, si dispone, frente a un 94% (1.899 hogares) que aún no obtienen este beneficio. El TV Cable en la parroquia Chaguarpamba, tiene un bajo número de usuarios que disponen

de este servicio representando el 5% y en un 95% de la población que no disponen del servicio de televisión por cable.

b. Servicios de Apoyo

La parroquia cuenta con varias instituciones que sirven de apoyo para el crecimiento y desarrollo de la población. A continuación, se detallan:

Cuadro N° 7 Establecimientos de apoyo

<b>Nombre del establecimiento</b>		
<b>Bancos/ Cooperativas</b>		
Banco Nacional de Fomento	barrio La Unión	lunes a viernes
Cooperativa 29 de enero	calle 10 de agosto	Lunes a Domingo
Banco de Guayaquil	Tienda de abastos	Todos los días
<b>Mercados</b>		
Mercado Municipal	Barrio el Oro	Todos los días
<b>Otras Entidades</b>		
Municipio de Chaguarpamba	10 de agosto	2600119
Unidad de Policía	Av. Panamericana	2600101
Cuerpo de Bomberos	calle El Oro	2600061
Empresa eléctrica EERSA	calle el oro	2600190
Jefatura Cantonal de Registro Civil	Jefatura Cantonal de Registro Civil	2600195

**Fuente:** Plan de ordenamiento territorial  
**Elaboración:** Paola Nathaly Poma Curimilma

c. Energía

Este servicio a nivel del cantón se constituye siendo uno de los servicios básicos de mayor cobertura, es decir, el 95.5% de la población sí dispone del servicio eléctrico y por el contrario el 4.5% de la población no dispone de este servicio especialmente el área rural del cantón.

La electricidad viene de la Central Hidroeléctrica ubicada en la provincia de Loja, la energía es conducida por la Línea de Transmisión que pasa por el cantón Chaguarpamba a la Subestación Eléctrica de la E.E.R.S.S.A ubicada en la zona urbana del cantón Chaguarpamba que se ubica junto a la vía panamericana a la costa, a 0.5 Km del centro urbano.

#### d. Redes viales

Se han caracterizado las vías de acuerdo al siguiente nivel de jerarquía:

- Red Primaria Pavimentada o asfaltada dos o más carriles, la vía Loja-Chaguarpamba (Vía a la Costa).
- Red Secundaria vías con revestimiento suelto o ligero de dos vías carrózales que se presentan en la mayoría en el cantón, red secundaria caminos de verano que forman parte de los accesos a ciertos barrios
- Red urbana que se refiere a las calles principales a la ciudad de Chaguarpamba.

#### e. Servicio de Transporte

La conectividad interna del cantón se la realiza mediante la cooperativa de transporte Chaguarpamba "Transportes Mixtos S.A." hacia las diferentes parroquias y barrios rurales, a esto se suman las rancheras que colaboran con la labor de transporte a los diferentes sitios del Cantón.

En lo referente al transporte intercantonal se lo realiza con cooperativa de transporte Catamayo, cuyo recorrido comprende desde la ciudad de Loja hasta la Parroquia Rural Buenavista del cantón Chaguarpamba, por lo que se concluye que existe un bajo déficit de este servicio de transporte, tanto de carga como de pasajeros.

Por otro lado, respecto al transporte interprovincial, varias empresas de pasajeros prestan sus servicios a los diferentes puntos de destino de la provincia y el país, como son: Cooperativa de Transportes Loja,



Cariamanga, Catamayo, Santa, Piñas, Nambija, Yanzatza y Panamericana Internacional, siendo punto de paso el cantón Chaguarpamba.

Cuadro N° 8 Cooperativa de Transportes

<b>Tipo de Transporte Interparroquial</b>	<b>N° de Coop.</b>	<b>Razón Social</b>	<b>Frecuencia y turnos</b>	<b>Número de unidades</b>
Cooperativa de camionetas	1	Compañía Chaguarpamba transporte mixto S. A	Dentro y fuera del cantón	15
<b>Tipo de Transporte</b>	<b>N° de Coop</b>	<b>Razón Social</b>	<b>Recorridos</b>	
Interprovincial	1	Loja	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chaguarpamba - Machala</li> <li>- Chaguarpamba - Guayaquil</li> <li>Chaguarpamba-Quito</li> <li>- Chaguarpamba-Ambato-Quito</li> <li>- Macara-Chaguarpamba-Machala</li> <li>- Loja-Chaguarpamba-Machala</li> <li>- Chaguarpamba-Santo Domingo</li> <li>- Macara-Chaguarpamba-Guayaquil</li> <li>- Loja-Chaguarpamba-Guayaquil</li> <li>- Chaguarpamba-Loja</li> </ul>	
Intercantonal	1	Catamayo	Loja – Chaguarpamba-Buenavista y viceversa	

**Fuente:** Plan de ordenamiento territorial  
**Elaboración:** Paola Nathaly Poma Curimilma

### 6.1.1.5. Factor Socio – Cultural

Este factor hace importante referencia en cuanto a la identificación de la estructura social en donde se analizarán los grupos de interés dentro del territorio.

Según el VII censo de población y VI de vivienda 2010, manifiesta que el cantón Chaguarpamba representa el 2% con un número 7161 habitantes la misma que se desglosa de la siguiente forma:

Cuadro N° 9 Población del cantón Chaguarpamba por Parroquias

<b>Parroquia</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>
Chaguarpamba	1877	1702	3579
Buena Vista	627	587	1214
El Rosario	255	240	495
Santa Rufina	629	581	1210
Amarillos	346	317	663
<b>Total</b>	<b>3734</b>	<b>3427</b>	<b>7161</b>

Fuente: Censo población y vivienda 2010

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

#### a. Educación

El cantón Chaguarpamba cuenta con 40 unidades Educativas que comprende el nivel Básico y Bachillerato, cada cabecera parroquial cuenta con un plantel; además la parroquia Chaguarpamba cuenta con el número mayor de establecimientos educativos, es decir con 20 siendo la más beneficiada, ya que esta parroquia cuenta con mayor número de habitantes.

Hasta el año 2015 de las 20 instituciones con las que cuenta la parroquia Chaguarpamba, se encuentran cerradas 6 instituciones educativas los motivos se deben a la deserción de los estudiantes y en otros casos a la falta de docentes para estas instituciones.

Cuadro N° 10 Instituciones Educativas

<b>Parroquia</b>	<b>Numero de Institución educativa</b>	<b>Número de estudiantes</b>
Chaguarpamba	14	853

**Fuente:** Equipo Técnico PDyOT 2015  
**Elaboración:** Paola Nathaly Poma Curimilma

La población analfabeta del cantón Chaguarpamba, según el censo de Población y Vivienda 2010, está representada por el 6,84% de la población mayor a quince años; esto debido a que la mayoría de la población es adulta y vive en sectores alejados que imposibilitan el acceso a programas de alfabetización, que permitan disminuir este indicador.

Cuadro N° 11 Nivel de escolaridad del cantón

<b>Nivel de Escolaridad</b>	<b>Porcentaje</b>
Primaria	44.4%
Educación Básica	15.8%
Secundaria	14.9%
Postgrado	0.3%
Ninguno	5.2%

**Fuente:** Censo población y vivienda 2010  
**Elaboración:** Paola Nathaly Poma Curimilma

De acuerdo a las necesidades básicas insatisfechas por hogar, fluctúa para el 2010 en un 46,88%, sin dudar ha disminuido con respecto a la década del 1990 en el cual las NBI rondaban el 72,33%. La pobreza con respecto a las personas, en el 2010 está en el 50,71%. Siendo el área rural donde la pobreza por NBI, sea de hogar o personas es alta y es donde se debe implementar los proyectos que solucionen la economía de la población y de las familias.

## b. Salud

De acuerdo al plan de Ordenamiento territorial, las informaciones de los centros de salud están distribuidos por circuitos a nivel de todo el cantón, a continuación, se detalla en la siguiente tabla.

Cuadro N° 12 Centro de Salud

<b>Parroquia</b>	<b>Distrito</b>	<b>Circuito</b>	<b>Centro de salud</b>
Chaguarpamba	Catamayo- olmedo- Chaguarpamba	Chaguarpamba- El Rosario	Chaguarpamba

**Fuente:** Ministerio de salud

**Elaboración:** Paola Nathaly Poma Curimilma

## c. Farmacias

Como servicio de apoyo para la salud se encuentran tres establecimientos. A continuación, se detallan las farmacias que se encuentran distribuidos en la parroquia Chaguarpamba.

Cuadro N° 13 Farmacias de la Parroquia

<b>Nombre del Establecimiento</b>	<b>Dirección</b>
La Salud	10 de agosto y Panamericana
Andrey	10 de agosto y Panamericana
Divino Niño	10 de agosto y Panamericana

**Fuente:** Plan de ordenamiento territorial

**Elaboración:** Paola Nathaly Poma Curimilma

## d. Movimientos migratorios y vectores de movilidad humana

En el cantón Chaguarpamba emigraron un total de 97 personas, las mismas se encuentran desglosadas de la siguiente manera:

Cuadro N° 14 Migración por parroquias

Parroquia	N° personas	Porcentaje
Chaguarpamba	51	53%
Buenavista	23	24%
El Rosario	7	8%
Amarillos	8	8%
Santa Rufina	8	8%
Total	97	100%

Fuente: Censo población y vivienda 2010

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

La población no sólo emigra de las parroquias y de la ciudad de Chaguarpamba hacia otros destinos; sino también es evidente la llegada de personas de otros lugares a la misma; personas que han decidido residir en el cantón atraídos por la cultura ancestral y su diversidad climática. Así mismo la cercanía a otras provincias de Azuay, El Oro y Zamora Chinchipe han promovido la comercialización agropecuaria y la relación entre los cantones vecinos de estas provincias, lo que ha permitido la búsqueda de empleo y de ofertas laborales. Los principales lugares de salida de las personas han sido Loja, Chaguarpamba, Cuenca, Lago Agrio, Guayaquil. En cuanto a la emigración, la población de Chaguarpamba ha salido a países como España y Estados Unidos en búsqueda de nuevas oportunidades de trabajo, es así que representan el 92.25% del total de la población migrante.

#### 6.1.1.6. Factor Ambiental

Dentro de la superficie del cantón Chaguarpamba se han determinado tres formaciones ecológicas. Las más importantes proveedoras de agua están en las montañas orientales, neblinosas y siempre verdes. En las zonas medias y bajas existen pocas zonas que, aunque no procuren provisión de agua, por lo menos la defienden (cinturones de chaparros con café y

pequeñas montañas y pastos) y por fin, la zona seca semi-tropical y tropical en donde la poca lluvia que cae en tres meses se consume en los cultivos de maíz, fréjol y pastos estacionales. El término cosecha de agua es muy adecuado para relieves o poner mucho énfasis cuando se habla de la conservación de los montes de altura. De aquí se precipitan las aguas hacia las partes bajas y resacas de la provincia, en donde es vital el uso y la economía del recurso. La cosecha de agua la practicaban los incas con la construcción de las famosas terrazas escalonadas; ello permitió el riego abundante en las partes altas a los cultivos cuyo uso consultivo es moderado. El agua sobrante y de escorrentía era absorbida por otros cultivos adecuados, precoces y de menores necesidades en el tiempo. El sistema de canales y riego usados por la cultura Chimú fueron construidos sabiamente. Se cree que el abandono se debió a la destrucción de estos sistemas por los levantamientos tectónicos que rompieron el nivel de los canales, lo que trajo consigo la disminución de las áreas de cultivo. También se describen los tipos de suelo encontrados en el cantón:

Cuadro N° 15 Descripción de los Tipos de Suelo

Características generales	Clasificación	Relieve y altitud	Características particulares	superficie
				Hectáreas
Suelos jóvenes de color amarillo, arcillosos – área 11200, a veces muy pedregosa arcilla motorillonítica	TROPUDALES	Fuertemente onduladas 2000 – 2160msn m	Suelos de áreas húmedas, pH ligeramente ácido	3466.71
Suelos rojos a pardo amarillento con alteración muy profunda. Arcilla tipo caolinita.	DYSTROPEPT S	2160 msnm, generalmente sobre rocas volcánicas recientes	Suelos con epipedón muy negro en áreas húmedas y frías	11499.47

Saturación de bases < 35%.	DYSTROPEPT S	2160 msnm	Suelos con epipedón más claro en áreas húmedas, frecuentemente erosionadas sobre pendientes fuertes	9911.90
Suelos rojos o pardo amarillentos, arcillosos.	TROPUDALF (RHODUSTAL F)	2160 msnm	Suelos en áreas húmedas.	285.08
Presencia de caolinitas en superficies en profundidad. Saturación de bases >50%	RHODUSTALF	Pendientes 12 – 58% 1600 – 2000 msnm	Suelos en áreas secas.	552.89

Fuente: Plan de ordenamiento territorial  
Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

### 6.1.2. Análisis Interno

La Finca Romerillos se encuentra a 1519 msnm, cuenta con las siguientes coordenadas geográficas: latitud 3°53'3.51"S, longitud 79°39'0.57"O, tiene una temperatura de 22 °C. La Finca "Romerillos" se encuentra ubicada en la parroquia Chaguarpamba a 117 kilómetros de Loja y se puede acceder desde la vía panamericana a tan solo 30 minutos; además se puede acceder por la vía a Olmedo. Está administrada por el Señor Manuel Romero además cuenta con cinco trabajadores de los cuales tres son contratados a tiempo completo y los dos restantes por jornadas. La finca posee 14 hectáreas de terreno siendo que el 97% está representada por la agricultura; entre los cultivos permanentes encontramos el café, plátano y árboles frutales como: chirimoyas, pomos rosas y maracuyás.

La Finca se dedican más al cultivo de café, el cual está distribuido estratégicamente en la finca cuenta con tres tipos entre estas están Geisha, Catuai y Sachimoro, además para obtener un mejor producto maneja los sembríos de manera técnica estas son: reproducción de café en Gifis, además de la Fertilización orgánica.

También, posee un Bosque primario dentro de la finca el cual es de cuatro Hectáreas ahí se puede encontrar variedad de flora y fauna. En cuanto a la producción equina, la crianza y entrenamiento se la realiza de forma tradicional una vez por semana.

En la actualidad cuenta con señal de telefonía móvil Claro y movistar, mientras que por otra parte tiene un déficit de los servicios básicos como energía eléctrica, agua potable, mientras que para el riego de la finca se lo hace mediante un reservorio de agua que tiene mantenimiento constante.

### **6.1.3. Análisis e interpretación de la Encuesta**

Con el propósito de conocer la demanda, se estructuró un cuestionario que se realizaron a un total 360 encuestados. Las encuestas fueron aplicadas durante el mes de Julio y los protagonistas fueron: la población económicamente activa del cantón Chaguarpamba, así como también los turistas que frecuentan la ciudad de Loja. A continuación, se presentan los resultados analizando cada una de las interrogantes presentadas en la encuesta:



## ¿Cuál es su edad?

Cuadro N° 16 Edad

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	MEDIA (Xm)	F(Xm)
15-25	133	20	2660
26-36	76	31	2356
37-47	63	42	2646
48-58	33	53	1749
59-65	34	62	2108
66- mas	21	66	1386
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>		<b>12905</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

$$\text{Promedio de edad} = \frac{\text{Sumatoria F(Xm)}}{\text{Número de encuestas}}$$

$$= \frac{12905}{360}$$

$$= 35,85 \text{ ----- } \mathbf{36 \text{ años}}$$

### INTERPRETACION:

De un total de 360 personas encuestadas que representan el 100% de la muestra, el promedio edad está en los 36 años, conocidas como personas adultas que poseen una economía independiente.

## Sexo

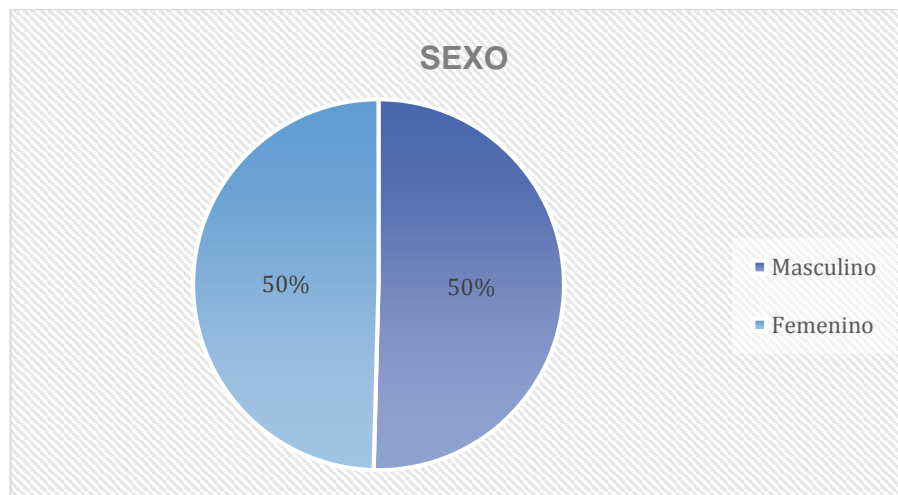
Cuadro N° 17 Sexo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	181	50%
Femenino	178	50%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

Grafico 5 Sexo



Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

### INTERPRETACION:

De un total de 360 personas encuestadas que representan el 100% de la muestra, 181 personas son de sexo masculino, éste resultado equivale al 50% de las muestras, mientras que 178 personas comprenden el sexo femenino el cual representa el valor restante de 50%. Es así que los resultados finales de la población encuestada se definen como jefes de Familia.

## Lugar de procedencia

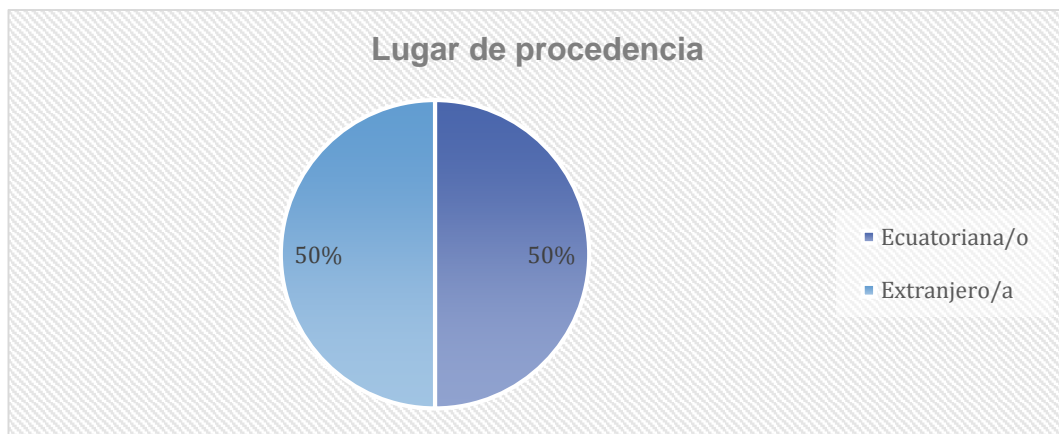
Cuadro N° 18 Lugar de procedencia

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ecuatoriana/o	180	50%
Extranjero/a	180	50%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

Grafico 6 Lugar de procedencia



Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

### INTERPRETACION:

De las 360 personas encuestadas que equivalen al 100% de la población encuestada, por medio de la información obtenida se pudo conocer que 180 personas son de nacionalidad ecuatoriana y 180 de nacionalidad extranjera tales como Chile, Perú, Colombia, Estados unidos, Canadá. Lo que significa que existe un turismo local como internacional que se puede aprovechar.

## ¿Cuál es su actividad económica?

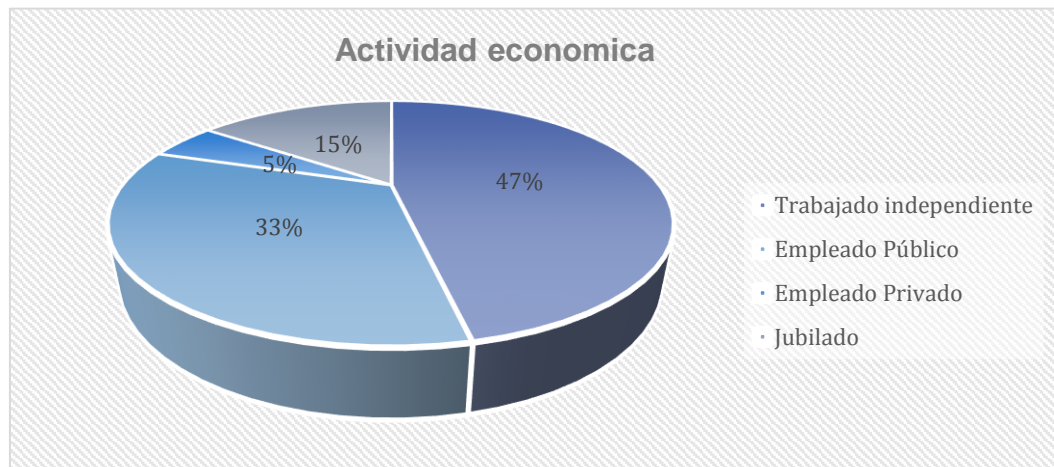
Cuadro N° 19 Actividad económica

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Trabajado independiente	168	47%
Empleado Público	120	33%
Empleado Privado	18	5%
Jubilado	54	15%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

Grafico 7 Actividad económica



Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

### INTERPRETACION:

De las 360 personas encuestadas que equivalen al 100% de la muestra, se pudo conocer que 168 personas que equivale al 47% son trabajadores Independientes, así mismo 120 personas que equivalen al 33% son empleados públicos, 18 personas que equivalen al 5% dijeron que son jubilados, además 18 personas que equivalen al 5% son empleados públicos, mientras que 54 personas que equivalen al 15% comentaron que se ya se jubilaron.

## 1. ¿Ha visitado usted alguna vez fincas cafetaleras dedicadas al turismo?

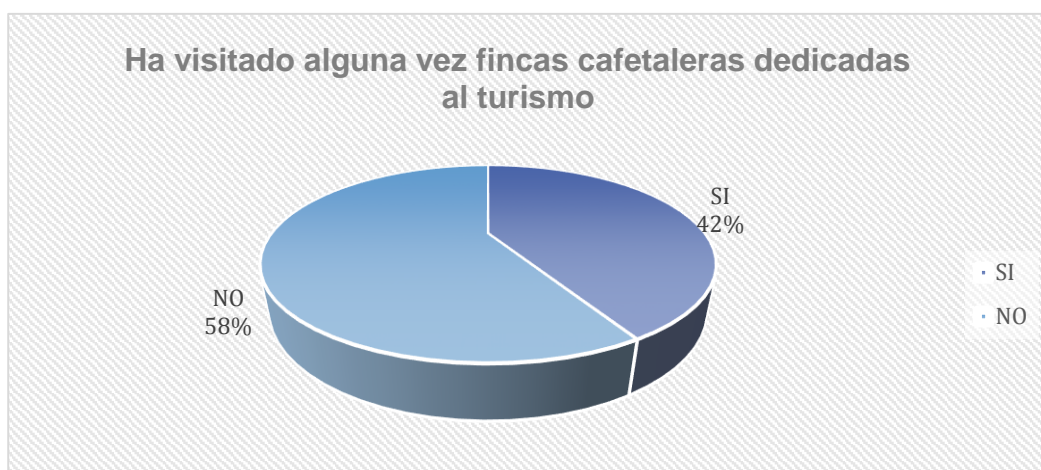
Cuadro N° 20 Ha visitado fincas dedicadas al turismo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	150	42%
NO	210	58%
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

Grafico 8 Ha visitado fincas dedicadas al turismo



Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

### INTERPRETACION:

De las 360 personas encuetadas que equivalen al 100% de la muestra, se pudo conocer que 120 personas que equivale al 42% admiten que han visitado alguna vez una finca donde se realiza turismo, mientras que 210 personas que equivale al 52% no conocen.

## 2. ¿La finca que usted visito está ubicada a nivel nacional o internacional?

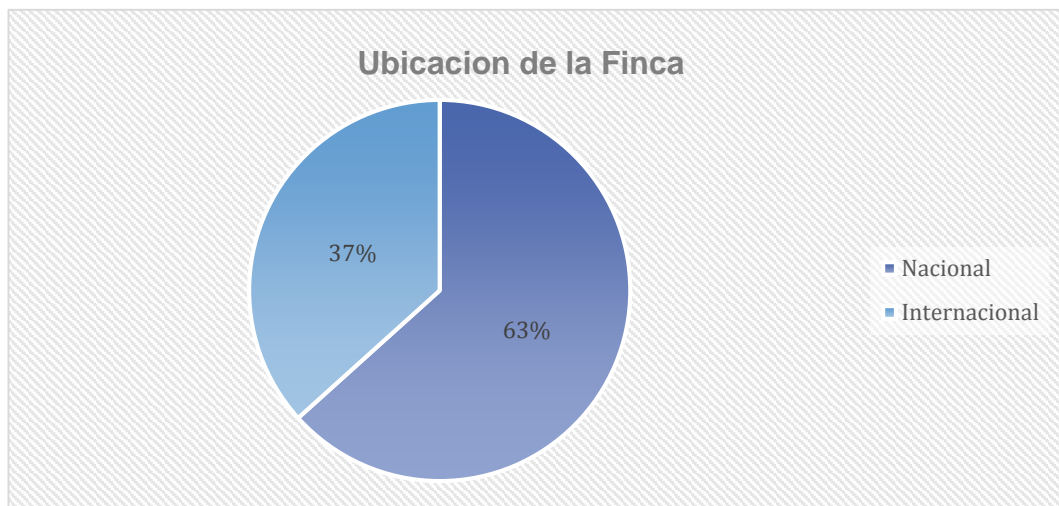
Cuadro N° 21 Ubicación de la finca Nacional o Internacional

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nacional	95	93%
Internacional	55	7%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

Grafico 9 Ubicación de la finca



Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

### INTERPRETACION:

De las encuestas realizadas se determinó que el 93% que corresponde a 95 personas encuestadas dijeron que la finca visitada está ubicada a nivel nacional, mientras que el 7% que corresponde a 55 personas encuestadas mencionaron que a finca visitada está ubicada a nivel internacional.

### 3. Qué tipo de servicio le ofreció esta finca dedicada al turismo?

Cuadro N° 22 Tipo de servicio ofrecido

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alimentación	150	100%
Hospedaje	125	83%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

**INTERPRETACION:** Del 100% de personas encuestadas 150 contestaron que el servicio ofrecido en la finca fue de alimentación y del 100% de las personas encuestadas 125 contestaron que fue de hospedaje el servicio ofrecido en la finca visitada.

### 4. ¿si usted visita Chaguarpamba estaría interesado en conocer una finca cafetalera dedicada al turismo y que le oferte el servicio de alimentación y actividades turísticas?

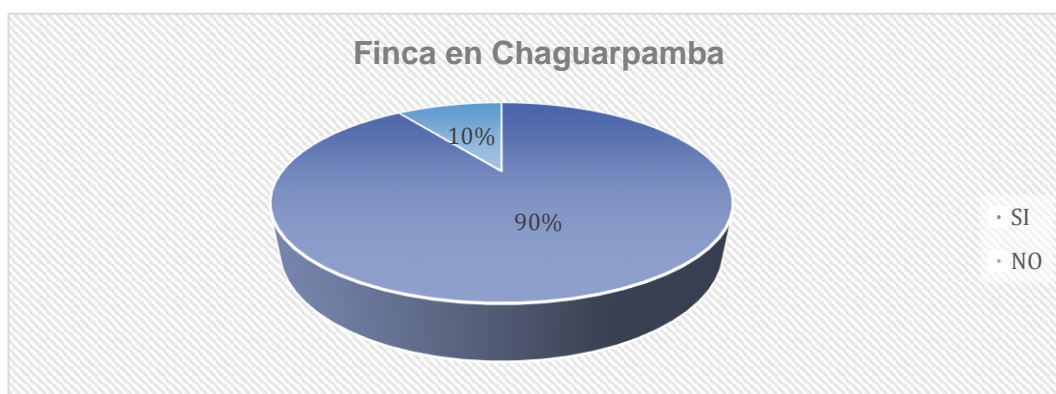
Cuadro N° 23 Visitaría una finca dedicada al turismo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	135	90%
NO	15	10%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

Grafico 10 Finca en Chaguarpamba



Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

## INTERPRETACION:

De las 150 personas encuestadas, se tiene como resultados que 135 que equivale al 90%, personas están interesadas en conocer la Finca cafetalera porque desean conocer espacios nuevos donde se tenga contacto con la naturaleza, mientras tanto que 15 personas que equivale al 10%, no están interesados en conocerla debido a malas experiencias.

### 5. ¿Qué actividades turísticas le gustaría realizar en la finca?

Cuadro N° 24 Tipo de actividades que le gustaría realizar

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>Caminatas</b>	150	100%
<b>Paseo a Caballo</b>	150	100%
<b>Pesca</b>	140	90%
<b>Proceso y degustación del Café</b>	150	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

## INTERPRETACION:

De acuerdo a las encuestas las actividades como caminatas, paseo a caballo y el proceso y degustación del café, consideran son las más apropiadas e interesantes a la hora de visitar un sitio natural.



## 6. ¿Cuál sería la frecuencia con la que visitaría la Finca cafetalera?

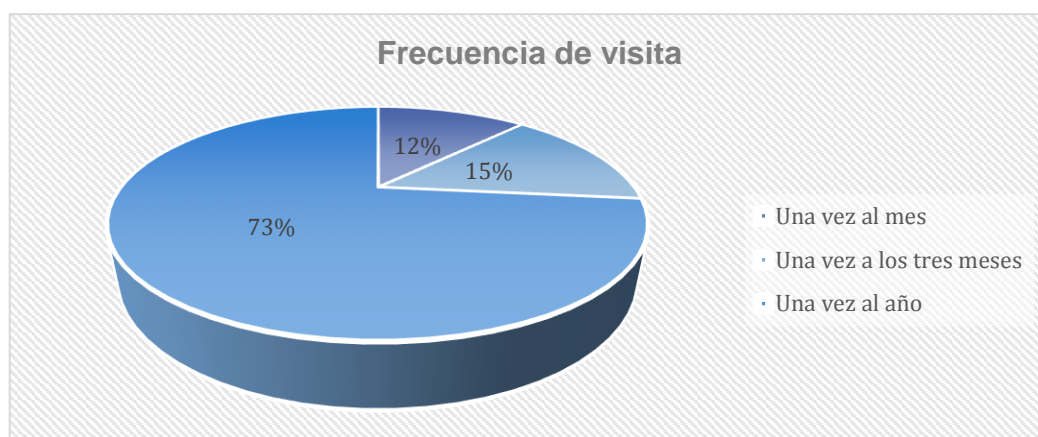
Cuadro N° 25 Frecuencia de visita

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mensual	18	12%
Trimestral	22	15%
Anual	110	73%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

Grafico 11 Frecuencia de visita



Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

### INTERPRETACION:

En esta pregunta se encontraron los siguientes resultados, 18 personas que equivale al 12% estarían dispuestos a visitar la finca una vez al mes, 22 personas que equivale al 15% están dispuestos a visitar la finca una vez a los tres meses, 110 personas que equivale al 73%, están dispuestas a visitar la finca una vez al año.

## 7. ¿Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en la finca?

Cuadro N° 26 Días de permanencia

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	Xm	F(Xm)
1-2	115	1,5	172,5
3-4	10	6	60
Más de 5	25	5	125
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>		<b>357,5</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

$$\text{Promedio de edad} = \frac{\text{Sumatoria F(Xm)}}{\text{Numero de encuestas}}$$

$$= \frac{357,5}{150}$$

$$= 2,38 \text{ ----- } \mathbf{2 \text{ días}}$$

### INTERPRETACION:

De las encuestas realizadas se conoció que están dispuestos a quedarse dos días para conocer mejor el lugar y los atractivos que posee.

**8. ¿Al momento de visitar la finca “Romerillos” en compañía de quien lo haría?**

Cuadro N° 27 Con quien visitaría la finca

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Familiares	90	60%
Amigos	15	30%
Solo	45	10%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

Grafico 12 Con quien visitaría la finca



Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

**INTERPRETACION:**

En esta pregunta se pudo conocer que de la 90 personas que simbolizan el 60% mencionaron que realizarían la visita con familiares ya que consideran que es un espacio apropiado para compartir en familia, 15 personas que representan el 30% mencionaron que la visitarían con amigos ya que sería un lugar propicio para reencontrarse o pasar un momento ameno alejado de la ciudad, 57 personas que representa el 18%, están interesados en conocerla solos ya que consideran que necesitan de un espacio que les brinde tranquilidad.

**9. ¿Al momento de visitar la Finca “Romerillos” cuáles serían los factores que tomaría en cuenta?**

Cuadro N° 28 Factores al visitar la finca

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Clima</b>	50	33%
<b>Ubicación</b>	60	40%
<b>Vías de acceso</b>	150	100%
<b>Precio</b>	135	90%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

**INTERPRETACION:**

En esta pregunta se pudo conocer que los encuestados al momento de viajar o de escoger un lugar para vacacionar toman en cuenta y analizan los factores económicos, así como también las vías de acceso.

**10. ¿Qué tipo de alimentación le gustaría recibir al momento de visitar la finca?**

Cuadro N° 29 Alimentación que le gustaría recibir

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Comida típica</b>	145	97%
<b>Comida tradicional</b>	123	82%
<b>Comida vegetariana</b>	8	0,05%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

**INTERPRETACION:**

De acuerdo a las encuestas realizadas se pudo conocer las preferencias de los visitantes en cuanto a la gastronomía estas son la comida típica y la comida tradicional, además con un menor porcentaje la comida vegetariana.

**11. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría recibir información sobre la finca cafetalera “Romerillos”?**

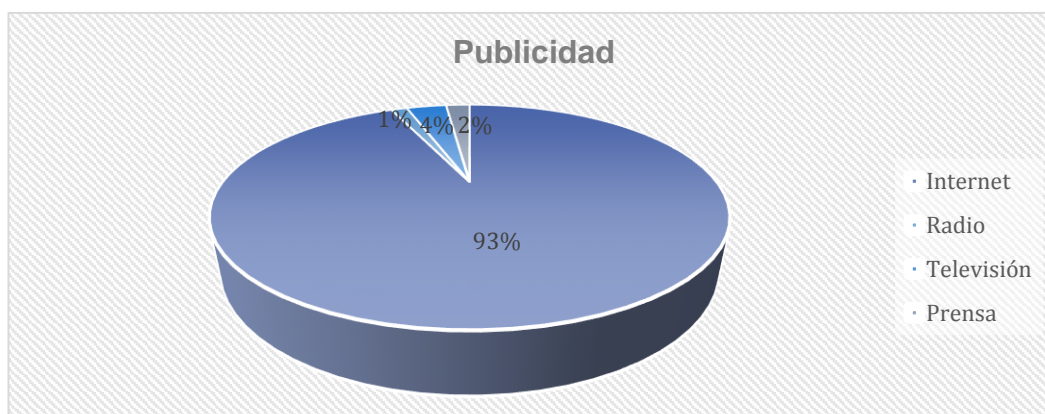
Cuadro N° 30 Medios de comunicación

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Internet	140	93%
Radio	2	1%
Televisión	5	4%
Prensa	3	2%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

Grafico 13 Medios de comunicación



Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

**INTERPRETACION:**

En esta pregunta se encontró los siguientes resultados, 140 personas que equivale al 93% mencionaron que el medio de comunicación que más utilizan es el internet, el mismo que les permite estar comunicado al instante mediante las redes sociales como Facebook y twitter, 2 personas que representa al 1% mencionaron que el medio que utilizan es la radio, 5 personas que equivale al 4% mencionan que utilizan la televisión como medio de comunicación fiable, mientras que 3 personas que simboliza el 2% prefiere la prensa para informarse.

## 12. ¿Cómo le gustaría que se promocione (Publicidad) a la finca “Romerillos”?

Cuadro N° 31 Publicidad

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>Bolsos artesanales</b>	140	93%
<b>Camisetas</b>	150	100%
<b>Fotos</b>	60	40%
<b>Gorras</b>	25	17%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

### INTERPRETACION:

En cuanto a esta pregunta se tomaron los siguientes resultados con mayor valor los mismos que prefieren recibir un recuerdo de la visita a la finca como bolsos artesanales, además mencionaron que la mejor publicidad se la puede realizar con camisetas. Lo que significa la importancia de dejar una huella en los turistas con pequeños obsequios que los haga recordar y volver a vivir ese momento.

#### 6.1.4. Entrevista

Con el propósito de obtener información sobre el tema de estudio, así como también sus opiniones se elaboró un cuestionario que ayudó a despejar dudas e inquietudes de la finca así como de sus aspiraciones para este proyecto. A continuación, se detalla las conclusiones vertidas por las siguientes personas entrevistadas:

- Sr. Manuel Romero- Propietario de la Finca Romerillos
- Ing. Nubia Sánchez- Técnica MAGAP

La Finca Romerillos fue adquirida hace dos años la idea surge de tener sus propios cafetales, por lo que había conversado con su esposa sobre este tema, la misma sería con variedades establecidas sembramos por fases o por hectáreas de café es por eso que han logrado sembrar técnicamente, esa ha sido una variante que ha manejado a diferencia de otras fincas. En lo que se refiere a las actividades están dedicados plenamente a la fase de producción de café y se está trabajando con empresas privadas para desarrollar nuevas tecnologías que se están aplicando en otros lugares por ejemplo el tema de reproducción de café en gifis, y pruebas piloto el tema de fertilización orgánica con una empresa privada AGRINOVA, además otra actividad es el tema de caballos ya que siempre están en constante entrenamiento por lo menos una vez por semana, actualmente posee un caballo grande, dos yeguas y un potro de nueve meses; pero está pensando adquirir tres yeguas más para dar el servicio de cabalgatas.

Así mismo la técnica que visita la finca comenta que como proyecto da seguimiento y asesoría técnica especialmente al señor Manuel Romero y a las personas que trabajan ahí, dan las especificaciones técnicas los métodos y las formas de hacerlo, si tiene que aplicar dosis como hacerlo y que productos para luego dar un seguimiento y conocer qué resultados obtuvieron. En cuanto a producción están trabajando con cafés de especialidad, se están manejando tres tipos de café como: Geisha, Catuai y Sachimoro. El turismo está orientado en el tema cafetalero, entonces las fortalezas son una finca diseñada con sembríos que ya son manejados de forma técnica, el paisajismo que muestra la finca también es interesante, además del bosque primario que posee, siendo eso lo que nos motivó al tema de turismo aprovechando las bondades naturales con las que cuenta la finca de momento,

Dentro de las debilidades cuenta con accesos no adecuados, pero aprovechando el verano se ha pensado pasar una capa de lastre, para que quede de una manera aceptable para poder subir en invierno y verano sin

ningún inconveniente, además que si no se reforesta el caudal de agua podría bajar, es por eso que se están sembrando de manera responsable árboles para poder mantener el caudal de agua.

También considera que es Indudable toda la finca es un potencial dependiendo de cómo se esté manejando, hay personas por las que el propietario está siendo asesorado, donde el hecho de tener la casa base e incrementar los lunch y refugios se podría abrir estos abanicos de mostrar el café, cabalgatas y caminatas a la parte alta de la cordillera donde existe una vista impresionante. Combinando la finca con los atractivos del cantón.

Por otro lado, las autoridades tienen el interés, pero no necesariamente es apoyo depende mucho de los dueños buscar la manera para cumplir, porque estos proyectos turísticos si benefician al desarrollo del cantón, cree que sí debería haber apoyo por parte de la administración pública, pero están viendo la manera de enmarcarlo técnicamente.

Considera tener como un local artesanal de venta o de gratitud para quienes nos visiten, un detalle pequeño pero que enamore a la gente. La finca cuenta con servicio de agua, actualmente el servicio de luz sería el faltante. Según comenta los meses de visita serian algo incierto debido a que depende del gusto del cliente. Lo que se está planteando va a beneficiar no solo al cantón Chaguarpamba, sino que vamos a servir de modelo de negocio para que otros emprendan también. Y se dinamice la economía no solo de mi finca sino del pueblo en general. Para finalizar, comenta no existe personal capacitado para servir de guías turísticos, el municipio tiene su departamento de turismo, pero todavía no están capacitados como para hacer de guías turísticos sobre todo en la ruta del café.



### **6.1.5. Atractivos turísticos**

Para Inventariar los atractivos de la parroquia Chaguarpamba, se utilizó el plan de ordenamiento que los identifica como atracción y por la visita que mantiene tanto de la población propia como visitantes además que cuenta con historia y eso lo hace aún más atractivo.

#### **6.1.5.1. Fichas de resumen de los atractivos turísticos**

Para jerarquizar un atractivo este debe contar con una variedad de características dependiendo del tipo de atractivo sea este cultural o natural, y a partir de esos componentes se los califica según da la Metodología de Inventario de Atractivos Turísticos del Ministerio de Turismo, la cual permite calificar ordenadamente tanto los factores físicos, biológicos y culturales que poseen cada atractivo.


Cuadro N° 32 Jerarquización de atractivos turísticos

PROVINCIA: Loja								FECHA: Diciembre del 2016					
NOMBRE DEL ATRACTIVO	CALIDAD		ENTORNO MAX 10	ESTADO DE CONSER. MAX 10	ACCESO MAX 10	SERVICIO MAX 10	ASOC. CON OTROS ATRACT. MAX 5	SIGNIFICADO				SUMA	JERARQUÍA I, II, III, IV, V
	VALOR INTRÍNSECO MAX 15	VALOR EXTRÍNSECO MAX 15						LOCAL MAX 4	REGIO. MAX 14	NACIO. MAX 7	INTER MAX 12		
Iglesia Matriz de Chaguarpamba	3	4	4	5	4	2	1	2				25	I
Cerro Surapo o Pan de azúcar	5	5	4	3	2	1	2	1				23	I
Cerro Chinchacruz	3	3	5	4	3	2	3	2				25	I
Fiesta de cantonización	3	3	5	4	3	2	3	2				25	I
Finca Romerillos	3	3	5	5	2	1	3	1				23	I
Plantaciones de café	1	3	4	5	4	1	3	1				22	I
Bosque Primario	3	5	3	4	3	4	2	1				24	I

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial


Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

## Ficha N° 1 Iglesia Matriz de Chaguarpamba

<b>Nombre del atractivo:</b> Iglesia Matriz de Chaguarpamba		
<b>Categoría:</b> Manifestación Cultural	<b>Tipo:</b> Histórico	<b>Subtipo:</b> Arquitectura Religiosa
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Chaguarpamba	<b>Localidad:</b> Chaguarpamba
<b>Latitud:</b> : 3°52'35.92"S	<b>Longitud:</b> 79°38'41.72"O	<b>Jerarquía:</b> I
		<p><b>Ubicación:</b> Se encuentra ubicada en el centro de la cabecera cantonal de Chaguarpamba.</p>
<p><b>Foto N° 1</b>  <b>Fuente:</b> Observación Directa  <b>Elaboración:</b> Paola Nathaly Poma Curimilma</p>		
<p><b>Características.</b> La Iglesia Matriz es una construcción espectacular que sobresale y atrae la atención de los visitantes del lugar, construida sobre la planicie que servía de descanso para los viajeros que iban hacia El Oro. La iglesia principal, con sus dos torres y sendos relojes, su arquitectura colonial y el centro histórico, donde destaca el asimétrico parque a la Madre, hace de Chaguarpamba un lugar para visitar.</p> <p>Esta construcción se realizó por el año de 1930 impulsada por el padre Juvenal Jaramillo y su Sindico Francisco Aldeán su reconstrucción se la realizó en el año de 1960 aproximadamente.</p>		
<p><b>Recomendaciones:</b> se recomienda ir con ropa ligera.</p>		
<p><b>Actividades turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recorrido por la iglesia, fotografía, participación de las misas.</li> </ul>		

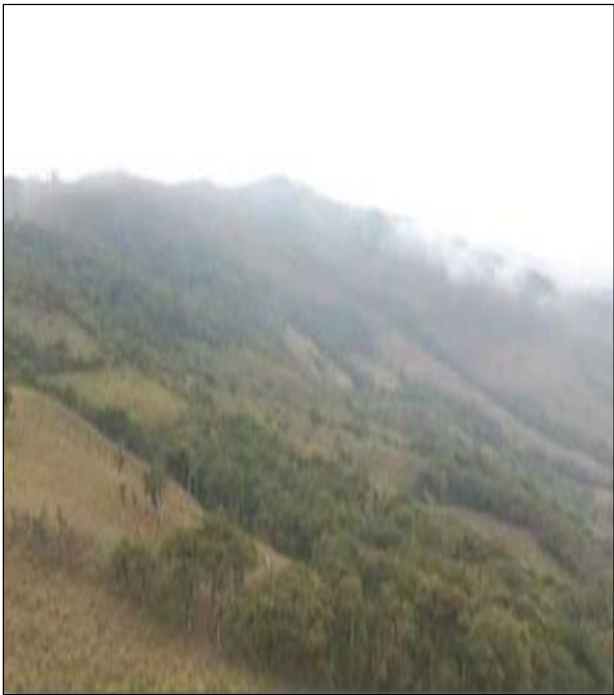
**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Paola Nathaly Poma Curimilma

## Ficha N° 2 Cerro Surapo

<b>Nombre del atractivo:</b> Cerro Surapo o Pan de azúcar		
<b>Categoría:</b> Sitio Natural	<b>Tipo:</b> Montañas	<b>Subtipo:</b> Cerro
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Chaguarpamba	<b>Localidad:</b> San Antonio de Surapo
<b>Latitud:</b>	<b>Longitud:</b>	<b>Jerarquía:</b> I
		<p><b>Ubicación:</b> el cerro Pan de Azúcar se encuentra cerca del centro de la cabecera cantonal, para llegar a las faldas del cerro se necesita media hora, y para ascender a la cima de 15 a 20 minutos caminando, para trasladarse al lugar se puede alquilar camionetas o rancheras</p>
<p><b>Foto N° 2</b>  <b>Fuente:</b> Plan de Ordenamiento Territorial  <b>Elaboración:</b> Paola Nathaly Poma Curimilma</p>		
<p><b>Características.</b> El cerro Pan de Azúcar es el componente principal del paisaje de San Juan Bosco. Su imponente puede ser observada desde sus alrededores, su terreno es muy empinado y la mayoría de tramos está compuesta por roca. En la parte baja existen remanentes de bosque con especies de flora propia del ecosistema subtropical húmedo.</p> <p>Altura: cuenta con una altura aproximada de 2.958 metros.</p> <p>Flora: alberga una gran zona de Bosque Primario entre los que se destacan los árboles de canelo y cedro. Plantas Nativas: en lo que respecta a la flora propia del lugar tenemos: canelo, cedro, musgos, helechos, entre otros.</p> <p>Fauna: en lo que respecta a la fauna podemos encontrar especies como: dantas, osos de anteojos, armadillos, guantas, guatusas, reptiles y una gran diversidad de aves. 28 Especies simbólicas: en lo que respecta a fauna podemos mencionar los siguientes: osos de anteojos, armadillos, guantas, guatusas, aves de diversos colores e insectos.</p>		
<p><b>Recomendaciones:</b> Se recomienda ir con ropa abrigada y zapatos cómodos además llevar una cámara fotográfica.</p>		
<p><b>Actividades turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Caminatas, fotografía, belleza paisajística.</li> <li>• Observación de flora y fauna</li> </ul>		

**Fuente:** plan de ordenamiento territorial  
**Elaboración:** Paola Nathaly Poma Curimilma

### Ficha N° 3 Cerro Chincha Cruz

<b>Nombre del atractivo:</b> Cerro Chincha- Cruz		
<b>Categoría:</b> Sitio Natural	<b>Tipo:</b> Montañas	<b>Subtipo:</b> Cerro
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Chaguarpamba	<b>Localidad:</b>
<b>Latitud:</b>	<b>Longitud:</b>	<b>Jerarquía:</b> I
		<p><b>Ubicación:</b> Se encuentra a hora y media de la cabecera cantonal, para ascender se necesita de 20 a 30 minutos para llegar a las faldas del cerro se puede trasportar en camionetas o rancheras</p>
<p><b>Foto N° 3</b>  <b>Fuente:</b> Plan de Ordenamiento Territorial  <b>Elaboración:</b> Paola Nathaly Poma Curimilma</p>		
<p><b>Características.</b> Tiene 1.919 m de altura es el más alto de la parroquia y Cantón Chaguarpamba, encontramos pequeñas áreas de bosque nativo es por ello que existe una gran riqueza florística y faunística, además es el principal abastecedor de agua para consumo humano en la ciudad de Chaguarpamba y Amarillos.</p>		
<p><b>Recomendaciones:</b> Se recomienda ir con ropa abrigada y zapatos cómodos además llevar una cámara fotográfica</p>		
<p><b>Actividades turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación de flora y fauna, caminatas, fotografía</li> </ul>		


**Fuente:** plan de ordenamiento territorial  
**Elaboración:** Paola Nathaly Poma Curimilma

### Ficha N° 4 Fiesta de cantonización

<b>Nombre del atractivo:</b> Fiesta de Cantonización		
<b>Categoría:</b> Manifestaciones culturales	<b>Tipo:</b> Etnografía	<b>Subtipo:</b> Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares.
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Chaguarpamba	<b>Localidad:</b> Chaguarpamba
<b>Latitud:</b>	<b>Longitud:</b>	<b>Jerarquía:</b> I
		<p><b>Ubicación:</b> Se encuentra ubicada en el centro de la cabecera cantonal de Chaguarpamba,</p>
<p><b>Foto N°4</b>  <b>Fuente:</b> Plan de Ordenamiento Territorial  <b>Elaboración:</b> Paola Nathaly Poma Curimilma</p>		
<p><b>Características.</b> La fiesta cívica e histórica corresponde al 4 de diciembre de cada año, en que se conmemora la cantonización de Chaguarpamba, pese a que legalmente la ley de creación del cantón entró en vigencia el 27 de diciembre de 1985, en que se publicó en el registro oficial.</p>		
<p><b>Recomendaciones:</b> Se recomienda ir con ropa y zapatos cómodos además llevar una cámara fotográfica</p>		
<p><b>Actividades turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación de las fiestas y juegos, gastronomía</li> </ul>		

**Fuente:** plan de ordenamiento territorial  
**Elaboración:** Paola Nathaly Poma Curimilma

## Ficha N° 5 Finca Romerillos

<b>Nombre del atractivo:</b> Finca Romerillos		
<b>Categoría:</b> Sitio Natural	<b>Tipo:</b> Realizaciones técnicas y científicas	<b>Subtipo:</b> Explotaciones agropecuarias
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Chaguarpamba	<b>Localidad:</b> Chaguarpamba
<b>Latitud:</b> -3.884602	<b>Longitud:</b> 79.647207	<b>Jerarquía:</b> I
		<p><b>Ubicación:</b> La finca se encuentra ubicada a 1 kilómetro de la cabecera cantonal por la vía panamericana; además se puede acceder por la vía a Olmedo.</p>
<p><b>Foto N° 5</b>  <b>Fuente:</b> Observación Directa  <b>Elaboración:</b> Paola Nathaly Poma Curimilma</p>		
<p><b>Características.</b> Está Administrada por el Señor. Manuel Romero, tiene alrededor de dos años, en un principio esta fue adquirida solo para el disfrute familiar. Cuenta con 14 hectáreas de terreno las cuales están ocupadas 3/2 de tierra. La finca cuenta con plantaciones de café y con árboles frutales entre los cuales están: plátano, maracuyá, poma rosas y chirimoyas; también cuenta con caballares y un reservorio de agua el cual permite el riego a todas las plantaciones, además una casa de tipo rustico el cual actualmente es utilizada como vivienda de los trabajadores.</p>		
<p><b>Recomendaciones:</b> se recomienda ir con zapatos cómodos y llevar repelente</p>		
<p><b>Actividades turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación del paisaje,</li> <li>• Cabalgatas,</li> <li>• Caminatas</li> </ul>		

**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Paola Nathaly Poma Curimilma



## Ficha N° 6 Café de la Finca Romerillos

<b>Nombre del atractivo:</b> Café		
<b>Categoría:</b> Sitio Natural	<b>Tipo:</b> Realizaciones técnicas y científicas	<b>Subtipo:</b> explotaciones agropecuarias
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Chaguarpamba	<b>Localidad:</b> Chaguarpamba
<b>Latitud:</b> -3.884602 -	<b>Longitud:</b> 79.647207	<b>Jerarquía:</b> I
		<p><b>Ubicación:</b> Las plantaciones de café se encuentran distribuidas estratégicamente dentro de la Finca.</p>
<p><b>Foto N° 6</b>  <b>Fuente:</b> Observación Directa  <b>Elaboración:</b> Paola Nathaly Poma Curimilma</p>		
<p><b>Características.</b> Actualmente las plantaciones tienen dos años sembrados y cuenta con 11.000 plantas de café, cuenta con tres especies de café entre ellas están: variedad Geisha, variedad Catuai y variedad Sachimoro. Mantiene un proceso antes de llevarlo a tierra; es decir primero la semilla es plantada en una maceta tipo malla, la misma esta en ese proceso hasta llegar al cuarto ramaje. Es ahí cuando se procede a llevarla a tierra.</p>		
<p><b>Recomendaciones:</b> Se recomienda ir con zapatos cómodos y usar repelente.</p>		
<p><b>Actividades turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación, técnicas y cuidados del proceso de plantación de café.</li> </ul>		

**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Paola Nathaly Poma Curimilma



## Ficha N° 7 Bosque Primario Finca Romerillos

<b>Nombre del Atractivo:</b> Bosque primario		
<b>Categoría:</b> Natural	<b>Tipo:</b> Bosque	<b>Subtipo:</b> Montano Bajo
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Chaguarpamba	<b>Localidad:</b> Chaguarpamba
<b>Latitud:</b> -3.884602 -	<b>Longitud:</b> 79.647207	<b>Jerarquía:</b> I
		<p><b>Ubicación:</b> Se encuentra localizado en la parroquia Chaguarpamba.</p>
<p><b>Foto N° 7</b>  <b>Fuente:</b> Observación Directa  <b>Elaboración:</b> Paola Nathaly Poma Curimilma</p>		
<p><b>Características.</b> Es un bosque primario de aproximadamente de 4 hectáreas, situado dentro de la propiedad de la finca Romerillos. Cuenta con especies nativas de la zona tanto de flora como de fauna.</p>		
<p><b>Recomendaciones:</b> Se recomienda a los visitantes utilizar protector solar y repelente.</p>		
<p><b>Actividades Turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografía</li> <li>• Vista de la naturaleza</li> </ul>		

**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Paola Nathaly Poma Curimilma

### 6.1.6. Análisis FODA

Para el desarrollo del presente proyecto se requirió del uso de modernas herramientas; que permite determinar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, que posee la empresa.

Cuadro N° 33 FODA

<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ubicación privilegiada para la observación paisajística.</li> <li>- Sembríos tecnificados para obtener un mejor producto.</li> <li>- Posee un bosque primario en una extensión de 4 Hectáreas.</li> <li>- Manejo de Micro cuencas</li> <li>- Variedad de cultivo del café</li> <li>- Es parte de un atractivo natural parroquial</li> <li>- Dispone de ganado Equino para cabalgatas</li> <li>- Posee sembríos Frutales</li> <li>- Interés del propietario para invertir en actividades turísticas</li> <li>- Cercanía al centro del cantón.</li> </ul>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La población dispondrá de nuevas plazas de trabajo.</li> <li>- Se dispone de tecnología avanzada para promoción y difusión.</li> <li>- Proyecto Cafetalero, Con respaldo del consejo provincial.</li> <li>- Cercanía a los atractivos Parroquiales y cantonales</li> <li>- Fácil acceso desde el eje vial E50 (vía panamericana)</li> <li>- Variedad de pisos Climáticos</li> </ul>
<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desconocimiento de la actividad turística.</li> <li>- Las vías de circulación de la finca no están adecuadas.</li> <li>- No cuenta con la infraestructura necesaria para actividades turísticas</li> <li>- No cuenta con servicios básicos.</li> <li>- No cuenta con recursos para grandes inversiones.</li> <li>- Falta promoción de la finca</li> <li>- Falta de servicios y actividades turísticas.</li> <li>- No dispone de una rentabilidad inmediata en la producción del café.</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de apoyo de las entidades financieras para proyectos turísticos.</li> <li>- Difícil acceso en temporada Invernal</li> <li>- No contar con recurso humano calificado por causa de la migración.</li> </ul>

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Paola Nathaly Poma Curimilma

### 6.1.6.1. Matriz de evaluación de factores internos.

Cuadro N° 34 Factores Internos

<b>Fortalezas</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Resultado</b>
Ubicación privilegiada para la observación paisajística.	0.10	4	0.40
Sembríos tecnificados para obtener un mejor producto.	0.10	4	0.40
Posee un bosque primario en una extensión de 4Ha	0.05	3	0.15
Manejo de Microcuencas.	0.05	3	0.15
Variedad de cultivo del café	0.05	3	0.15
Es parte de atractivo natural parroquial.	0.05	3	0.15
Dispone de ganado Equino para cabalgatas	0.05	3	0.15
Posee sembríos Frutales.	0.05	3	0.15
Interés del propietario para invertir en actividades turísticas.	0.05	3	0.15
Cercanía al centro del cantón	0.05	3	0.15
<b>Debilidad</b>			
Desconocimiento de la actividad turística.	0.05	2	0.10
Las vías de circulación de la Finca no están adecuadas.	0.05	2	0.10
No cuenta con la infraestructura necesaria para actividades turísticas.	0.05	2	0.10
No cuenta con servicios básicos.	0.05	2	0.10
No cuenta con recursos para grandes inversiones.	0.05	2	0.10
Falta promoción de la finca.	0.05	2	0.10
No dispone de una rentabilidad inmediata en la producción del café.	0.05	2	0.20
Falta de servicios y actividades turísticas	0.05	2	
<b>Total</b>	<b>1.0</b>		<b>2.85</b>

**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Paola Nathaly Poma Curimilma

El resultado total ponderado es de 2.85 lo que significa que la empresa es poseedora de una fuerte posición interna.

### 6.1.6.2. Matriz de evaluación de factores externos.

Cuadro N° 35 Factores Externos

Oportunidades	Peso	Calificación	Resultado
La población dispondrá de nuevas plazas de trabajo.	0.20	4	0.80
Se dispone de tecnología avanzada para promoción y difusión.	0.10	3	0.30
Proyecto Cafetalero con respaldo del Concejo Provincial.	0.15	4	0.60
Cercanía a atractivos Parroquiales y cantonales.	0.10	3	0.30
Fácil acceso desde el eje vial E50 (vía panamericana)	0.05	3	0.15
Variedad de pisos Climáticos	0.05	3	0.15
<b>Amenazas</b>			
Falta de apoyo de las entidades financieras para proyectos turísticos.	0.10	2	0.20
Difícil acceso en temporada Invernal.	0.10	2	0.20
No contar con recurso humano por causa de la migración.	0.15	2	0.1
<b>Total</b>	<b>1.0</b>		<b>2.7</b>

Fuente: Observación Directa

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

El total de la ponderación es de 2.70 lo que significa que la empresa compite en una industria que esta apenas por encima del promedio en cuanto a atractivo general.

### 6.1.6.3. Matriz de estrategias.

Cuadro N° 36 Matriz de objetivos estratégicos

<p style="text-align: center;"><b>FACTORES INTERNOS</b></p> <p style="text-align: center;"><b>FACTORES EXTERNOS</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ubicación privilegiada para la observación paisajística.</li> <li>2. Sembríos tecnificados para obtener un mejor producto.</li> <li>3. Posee un bosque primario en una extensión de 4 Hectáreas.</li> <li>4. Manejo de Microcuencas</li> <li>5. Variedad de cultivo del café</li> <li>6. Es parte de un atractivo natural parroquial</li> <li>7. Dispone de ganado Equino para cabalgatas</li> <li>8. Posee sembríos Frutales</li> <li>9. Interés del propietario para invertir en actividades turísticas</li> <li>10. Cercanía al centro del cantón</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desconocimiento de la actividad turística.</li> <li>2. Las vías de circulación de la finca no están adecuadas.</li> <li>3. No cuenta con la infraestructura necesaria para actividades turísticas</li> <li>4. No cuenta con servicios básicos.</li> <li>5. No cuenta con recursos para grandes inversiones.</li> <li>6. Falta promoción de la finca</li> <li>7. Falta de servicios y actividades turísticas</li> <li>8. No dispone de una rentabilidad inmediata en la producción del café.</li> <li>9. Falta de control en plagas agrícolas</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La población dispondrá de nuevas plazas de trabajo.</li> <li>2. Se dispone de tecnología avanzada para promoción y difusión.</li> <li>3. Proyecto Cafetalero, Con respaldo del consejo provincial.</li> <li>4. Cercanía a los atractivos Parroquiales y cantonales</li> <li>5. Fácil acceso desde el eje vial E50 (vía panamericana)</li> <li>6. Variedad de pisos Climáticos</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Estrategias FO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar un paquete turístico, donde se potencien los atractivos turísticos (F1, F3, F5, F6, F7, F8,04, O6)</li> <li>- Realizar señalética en la finca (F1,F2,F5,F7,F8, O5)</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Estrategias DO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aprovechar los medios de comunicación mediante un plan de marketing para el desarrollo turístico de la finca. (D1, D6, O2)</li> <li>- Adecuar el sitio con infraestructura para el servicio de restaurante. (D3, O1)</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Falta de apoyo de las entidades financieras para proyectos turísticos.</li> <li>2. Dificil acceso en temporada Invernal</li> <li>3. No contar con recurso humano calificado por causa de la migración.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Estrategias FA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar seguimientos de manera constante para conocer el crecimiento de la empresa. (F9, A3)</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Estrategias DA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollar talleres de atención al cliente y técnicas de guiar. (D1, A3)</li> </ul>

**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Paola Nathaly Poma Curimilma

## 6.2. PLAN DE NEGOCIOS PARA LA FINCA “ROMERILLOS” DE LA PARROQUIA CHAGUARPAMBA, CANTÓN CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA.

### 6.2.1. Descripción del negocio

### 6.2.2. Estudio de mercado

#### 6.2.2.1. Análisis de la Demanda

##### - Demanda Potencial

Se considera la totalidad de la población en estudio, en este caso el número de población económicamente activa del cantón Chaguarpamba (PEA) y el ingreso de turistas a la ciudad de Loja, para la proyección de la demanda potencial se toma en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de la provincia de Loja que es de 2,65% según datos proporcionados por el INEC 2010.

Cuadro N° 37 Demanda Potencial

<b>Años</b>	<b>Tasa de crecimiento poblacional (2,65)</b>	<b>Demanda potencial (100%)</b>
<b>0</b>	5789	5789
<b>1</b>	5942	5942
<b>2</b>	6100	6100
<b>3</b>	6262	6262
<b>4</b>	6427	6427
<b>5</b>	6598	6598

Fuente: Muestra poblacional pag.37

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

- Demanda Real

La demanda real se determinó mediante la encuesta aplicada a los turistas, con la pregunta **¿Ha visitado usted alguna vez fincas cafetaleras dedicadas al turismo?**, con un porcentaje del 42% que respondieron que si conocen.

Cuadro N° 38 Demanda Real

<b>Años</b>	<b>Demanda Potencial</b>	<b>Demanda Real (42%)</b>
<b>0</b>	5789	2431
<b>1</b>	5942	2496
<b>2</b>	6100	2562
<b>3</b>	6262	2630
<b>4</b>	6427	2700
<b>5</b>	6598	2771

Fuente: Cuadro N° 20

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

- Demanda Efectiva

Para conocer la demanda efectiva se determinó mediante la siguiente pregunta **¿Si usted visita Chaguarpamba estaría interesado en conocer una finca cafetalera dedicada al turismo y que le oferte el servicio de alimentación y actividades turísticas?**, donde el 90% de los encuestados si están de acuerdo.

Cuadro N° 39 Demanda Efectiva

<b>Años</b>	<b>Demanda Real</b>	<b>Demanda Efectiva (90%)</b>
<b>0</b>	2431	2188
<b>1</b>	2496	2246
<b>2</b>	2562	2306
<b>3</b>	2630	2367
<b>4</b>	2700	2430
<b>5</b>	2771	2494

Fuente: Cuadro N° 23

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

- Demanda Efectiva por Visitas

Se obtiene mediante el número de visitas que estarían dispuestos a realizar los turistas a las Finca Romerillos, para ello se procede a sacar el promedio anualmente de visitas el mismo que es de que representan las veces que asistirían a la Finca. A continuación, se detalla:

Cuadro N° 40 Promedio Anual

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Veces al año	Total Visitas
Mensual	18	12%	12	216
Trimestral	22	15%	4	88
Anual	110	73%	1	110
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>		<b>414</b>
			<b>Promedio anual</b>	2,76
			<b>Total</b>	3

Fuente: Cuadro N° 25  
Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 41 Demanda Efectiva por visitas

Años	Demanda Efectiva	Promedio	Demanda Efectiva Anual
0	2188	3	6565
1	2246	3	6739
2	2306	3	6917
3	2367	3	7101
4	2430	3	7289
5	2494	3	7482

Fuente: Cuadro N° 40  
Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma



### 6.2.2.2. Análisis de la Oferta

Debido a que no existe competencia alguna en el Cantón Chaguarpamba ni en los cantones cercanos a ella, y a la inexistencia de fincas cafetaleras turísticas, la oferta será 0.

### Demanda Insatisfecha

El resultado de la demanda Insatisfecha es la diferencia entre la demanda efectiva anual y la oferta. A continuación se detalla:

Cuadro N° 42 Demanda Insatisfecha

<b>Años</b>	<b>Demanda Efectiva Anual</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
<b>1</b>	6739	0	6739
<b>2</b>	6917	0	6917
<b>3</b>	7101	0	7101
<b>4</b>	7289	0	7289
<b>5</b>	7482	0	7482

Fuente: Cuadro N° 41

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

### 6.2.2.3. Marketing Mix

#### a. Nombre de Empresa - Logotipo

Grafico 14 Logotipo



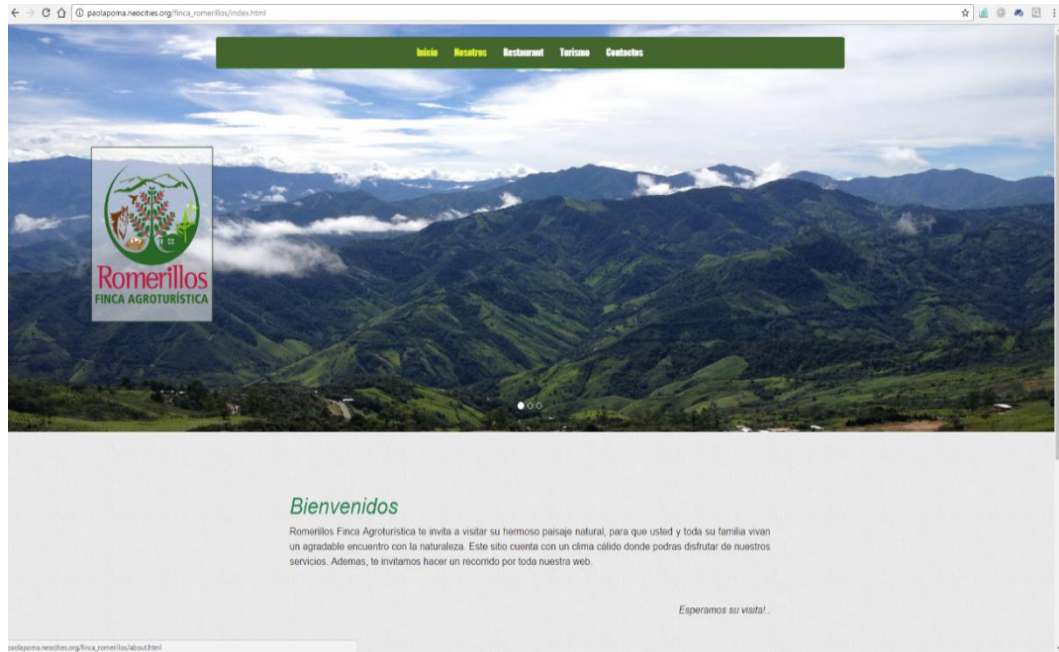
Fuente y elaboración: Marco Vinicio Bravo Ludeña

En la parte central encontramos un árbol de café como elemento principal, símbolo de desarrollo e identidad de la zona; en la parte superior contiene imágenes de montañas que nos sitúa en la región andina valorando las zona de producción del café de altura y la belleza de sus paisajes; en su parte inferior en abstracción los servicios y atractivos de la finca: paseo a caballo, el procesamiento y el productor de café, alojamiento en cabañas tradicionales, plantaciones de banano, fauna, etc.; como tipografía usamos un estilo tradicional de remate moderado que le da un cierto aire moderno. Los colores mantienen una gama asociándola a los servicios de la misma

## b. Promoción y Publicidad

Por otro parte la promoción se las realizara de la siguiente manera:

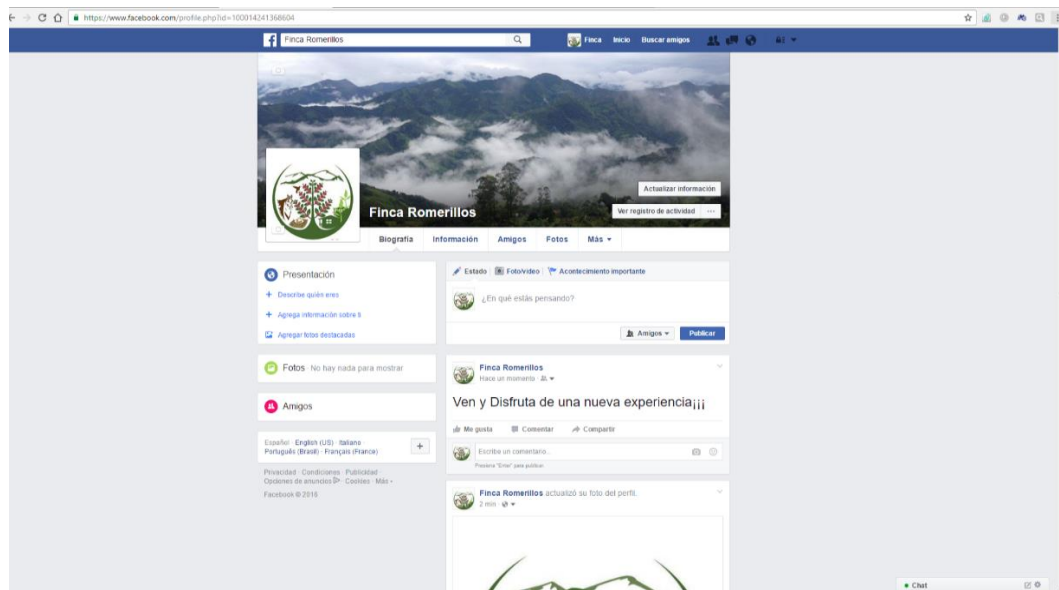
Grafico 15 Página Web



Fuente: La autora

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

Grafico 16 Facebook



Fuente: La autora

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma



- Publicidad

Los estudios de los procedimientos más adecuados para la divulgación comercial de un servicio o producto. Por tal motivo mediante souvenirs se dará a conocer a la Finca, los mismos que se harán mediante camisetas y bolsos ecológicos que lleven el logotipo de la empresa.

Grafico 19 Camiseta



**Fuente:** La autora

**Elaboración:** Paola Nathaly Poma Curimilma

Grafico 20 Bolso ecológico



**Fuente:** La autora

**Elaboración:** Paola Nathaly Poma Curimilma

### 6.2.3. Estudio Técnico

El estudio técnico se refiere a la determinación de los productos adecuados ya sean estos en, espacio físico y recurso humano, tomando como base el estudio de mercado.

#### a. Tamaño del proyecto

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata.

Este permite determinar los factores que intervienen directamente en la capacidad instalada, De igual manera la decisión que se toma con respecto al tamaño determinara el nivel de operación que permitirá la estimación de los ingresos por ventas.

#### - Capacidad instalada

Se trata de conocer la capacidad máxima de comercialización. La capacidad se medirá de acuerdo a la capacidad del restaurante y a la capacidad del paquete a vender.

Cuadro N° 43 Capacidad instalada

<b>Denominación</b>	<b>personas diarias</b>	<b>Días al Año</b>	<b>Capacidad del servicio</b>	<b>% Capacidad Instalada</b>
<b>Restaurant</b>	24	365	8760	100%
<b>Paquete Turístico</b>	10	365	3650	

Fuente: La autora

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

### a. Capacidad utilizada

La capacidad utilizada se calculó de acuerdo a los días de atención que se tendrá tanto del restaurante como del paquete.

Cuadro N° 44 Capacidad instalada

<b>Denominación</b>	<b>Capacidad Instalada</b>	<b>Capacidad Utilizada</b>	<b>% Capacidad Utilizada</b>
<b>Restaurant</b>	8760	6240	71%
<b>Paquete Turístico</b>	3650	1040	28%

Fuente: La autora

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 45 Capacidad utilizada restaurante

<b>Denominación</b>	<b>Capacidad</b>	<b>Días al Año</b>	<b>Capacidad del servicio</b>
<b>Restaurant</b>	24	260	6240

Fuente: La autora

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 46 Capacidad utilizada Paquete turístico

<b>Denominación</b>	<b>Capacidad</b>	<b>Días al año</b>	<b>Capacidad del servicio</b>
<b>Paquete Turístico</b>	10	104	1040

Fuente: La autora

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

Con el fin de proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de las operaciones pertinentes en el presente proyecto de investigación. A continuación, se muestra el desarrollo de los objetivos estratégicos.

### **6.2.3.1. Elaboración de un paquete turístico**

#### **Paquete turístico “ROMERILLOS”**

**8:30** Recibimiento de los turistas a la finca - desayuno

**9:00** Recorrido por los cafetales charla de los métodos utilizados para obtener un buen producto.

**9:45** Proceso del café, Degustación.

**10:30** Recolección de frutos de temporada

**11:00** Cabalgatas, recorrido por el bosque primario.

**12:00** Almuerzo

Empieza el recorrido por el cantón Chaguarpamba

**13:00** Cerro pan de azúcar

**15:00** Cerro Chincha cruz

**17:00** Visita al centro de Chaguarpamba

**18:00** Retorno a la Finca

#### **FIN DE NUESTROS SERVICIOS**

#### **Recomendaciones:**

- Está prohibido fumar y tomar bebidas alcohólicas dentro de las instalaciones.
- Queda prohibido botar basura.
- Los objetos y artículos de valor son responsabilidad de quien los lleve.
- Respetar las normas dadas por el guía.



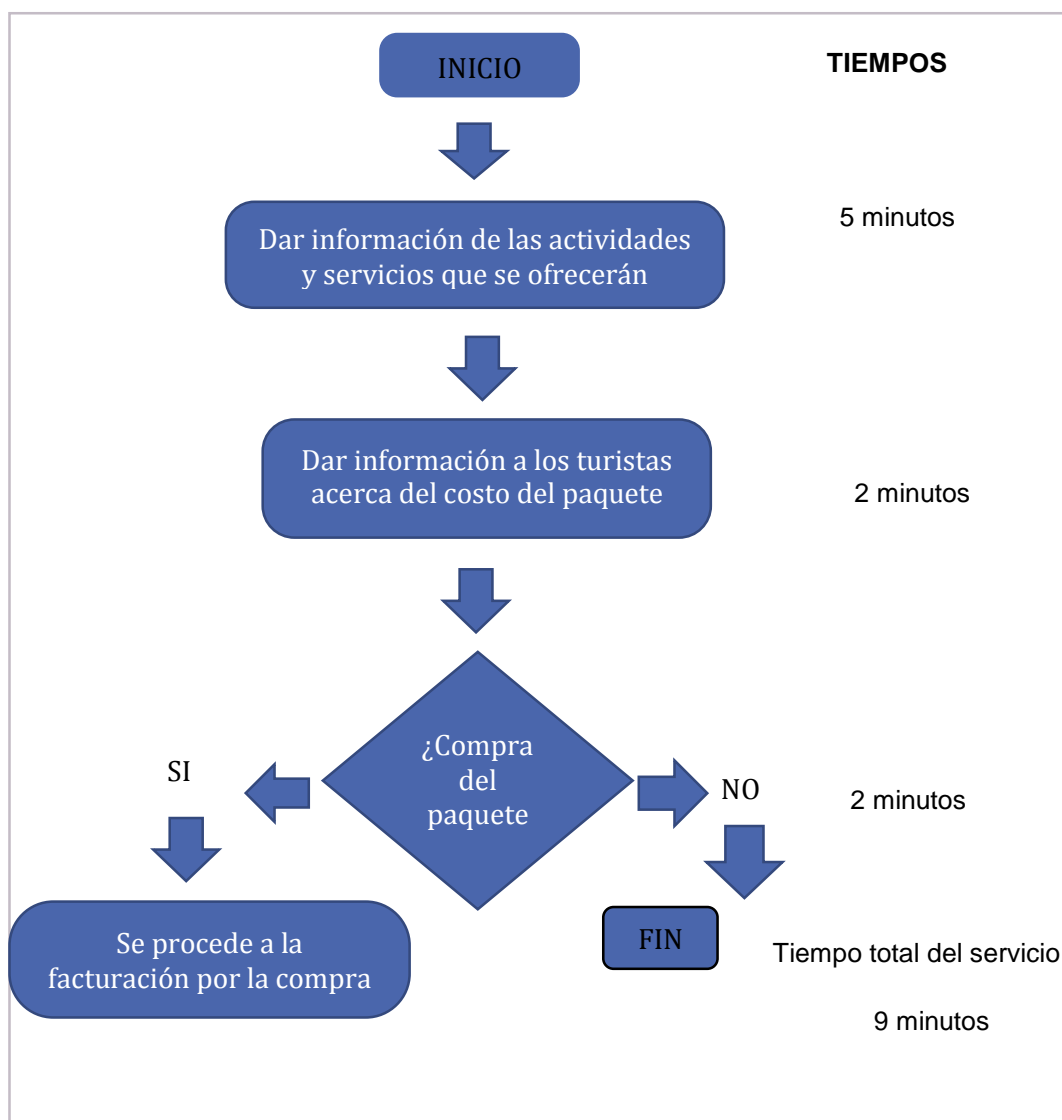
**No Incluye:**

- Bebidas y alimentos no especificados en el paquete.

**Incluye:**

- Una botella de agua
- El paquete incluye IVA

Grafico 21 Diagrama Venta de Paquete



Fuente: la autora  
Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

## **Itinerario**

Buenos días señores, bienvenidos a la Finca romerillos, mi nombre es..... y en este día seré su guía de tal manera que cualquier inquietud me la hacen conocer y con gusto será respondida.

Se inicia las 8:00 am dando la bienvenida a los turistas, para luego proceder a servirse el desayuno, en el restaurante que se encuentra ubicado en el interior de la finca, luego del desayuno se procederá a iniciar con el recorrido. Luego se procederá a dar una breve reseña de la finca antes de iniciar con el recorrido, haciendo hincapié en que es una propuesta nueva de turismo.

A continuación, se empezará recorriendo los cafetales dando una charla la misma que contendrá los tipos, técnicas y procesos de café utilizados para obtener un producto de calidad, donde además se hará la respectiva degustación. Además, se dará un espacio para que los turistas puedan realizar la recolección de frutos de la temporada y su respectiva compra.

El recorrido continuo a las 11:00 donde procederemos a realizar cabalgatas (opcional), donde se hará una demostración de cómo se entrenan a los caballos. Aquí los turistas podrán tomarse fotografías. Además el recorrido por el bosque de la finca donde encontraremos una variedad de flora propia del lugar, hasta llegar a la cumbre desde donde se encuentra una inigualable belleza paisajista desde donde se pueden apreciar los cantones cercanos, aquí se podrá realizar fotografía, continuando con el recorrido por el camino de herradura la cual según la historia cuenta que las paltas realizaban sus caminatas y encuentros deportivos la caminata dura alrededor de una hora este llega al centro de Chaguarpamba.

Al culminar esta parte del recorrido, a las 12:00 nos dirigiremos al restaurante de la Finca para disfrutar de un almuerzo.

Al terminar el almuerzo, Nos esperará una ranchera para llevarnos al cerro pan de azúcar el recorrido dura alrededor de 15 a 20 minutos para llegar a la cima y se podrá apreciar una gran variedad de flora y fauna entre ellas canelos, cedros, oso de anteojos, armadillos entre otros. Aquí se puede realizar fotografía.

Luego nos dirigimos al cerro Chinchacruz, este se encuentra a una hora y media, y para ascender se necesita alrededor de 20 o 30 minutos es el cerro más alto y es el principal abastecedor de agua para la población del lugar.

Finalmente regresaremos a la entrada del sendero donde nos esperará la ranchera que nos conducirá a la Finca donde se agradecerá por la visita y se recolectará las diversas opiniones las mismas que permitirán mejorar para dar una excelente atención.

Gracias por su atención...

Grafico 22 Presentación del paquete



**Romerillos**  
FINCA AGROTURÍSTICA

**Paquete turístico "ROMERILLOS"**

**8:30** Recibimiento de los turistas a la finca - desayuno

**9:00** Recorrido por los cafetales charla de los métodos utilizados para obtener un buen producto.

**9:45** Proceso del café, Degustación.

**10:30** Recolección de frutos de temporada

**11:00** Cabalgatas, recorrido por el bosque primario.

**12:00** Almuerzo

Empieza el recorrido por el cantón Chaguarpamba

**13:00** Cerro pan de azúcar

**15:00** Cerro Chinchacruz

**17:00** Visita al centro de Chaguarpamba

**18:00** Retorno a la Finca

**FIN DE NUESTROS SERVICIOS**

**Recomendaciones:**

Está prohibido fumar y tomar bebidas alcohólicas dentro de las instalaciones.

Queda prohibido botar basura.

Los objetos y artículos de valor son responsabilidad de quien los lleve.

Respetar las normas dadas por el guía.

**No Incluye:**

Bebidas y alimentos no especificados en el paquete.

**Incluye:**

Una botella de agua

El paquete incluye IVA



Fuente: La autora  
Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

### **6.2.3.2. Implementación de infraestructura para el servicio de restaurante.**

Para el desarrollo de la infraestructura se ha considerado el clima del cantón, como la distribución apropiada para dar una mejor atención, la misma que debe estar acorde con el medio ambiente.

La materia prima será adquirida en los mercados cercanos a la finca estos serán productos de primera calidad para la elaboración de los platos tanto típicos como tradicionales.

La cocina bien distribuida permitirá que tenga una buena movilidad para desarrollar todas las actividades de manera rápida y eficaz al cliente. Estará implementada con utensilios de acero inoxidable, los mismos que serán esterilizados diariamente, así como también el aseo diario de cocinas y pisos con detergente y desinfectantes.

El comedor es un espacio que cuenta con una buena iluminación y decoración. Contará con mesas distribuidas para 24 personas estas serán de madera muy cómodas y fáciles de limpiar.

Contará con un espacio de descanso dentro del restaurante el mismo que tendrá material informativo de la finca y de los atractivos más cercanos a está permitiendo que los turistas se informen y conozcan más de los atractivos del cantón.

Los alimentos serán almacenados de acuerdo a la perecibilidad que posean para mantenerlos en buen estado y así también brindar un platillo que sea del gusto del cliente.

La limpieza del restaurante será diaria para evitar el acumulamiento de moho y oxido, también el aseo del personal que laborara en el lugar vistiendo de manera correcta con camiseta, pantalón, delantal, gorro para evitar cualquier accidente.

Los horarios de atención serán de martes a domingo de 9 am a 17 pm.

El menú cuenta con:

**- Desayunos**

Desayuno continental

Tamal

Bolón de verde

**- Sopas**

Crema de tomate

Repe

**- Entradas**

Yucas Gratinadas

Mol loco

**- Postres**

Postre natilla

Postre Moka

Pastelitos de plátano

**- Bebidas**

Horchata, Café

Batidos, Refresco de frutas.

Figura 23 Menú del Restaurante



## MENÚ

### DESAYUNOS

Desayuno Continental	1,50
Bolón de verde	1,50
Tamal de pollo	0,80

### SOPAS Y PLATOS FUERTES

Crema de tomate	0,75
Repe	1,50
Yucas Gratinadas	2,00
Molloco	2,00

### POSTRES Y BEBIDAS

Postre natilla	1,25
Postre moka	1,30
Pastelitos de plátano	1,00
Refresco de frutas	1,50
Batidos	1,50
Café Romerillos	0,50

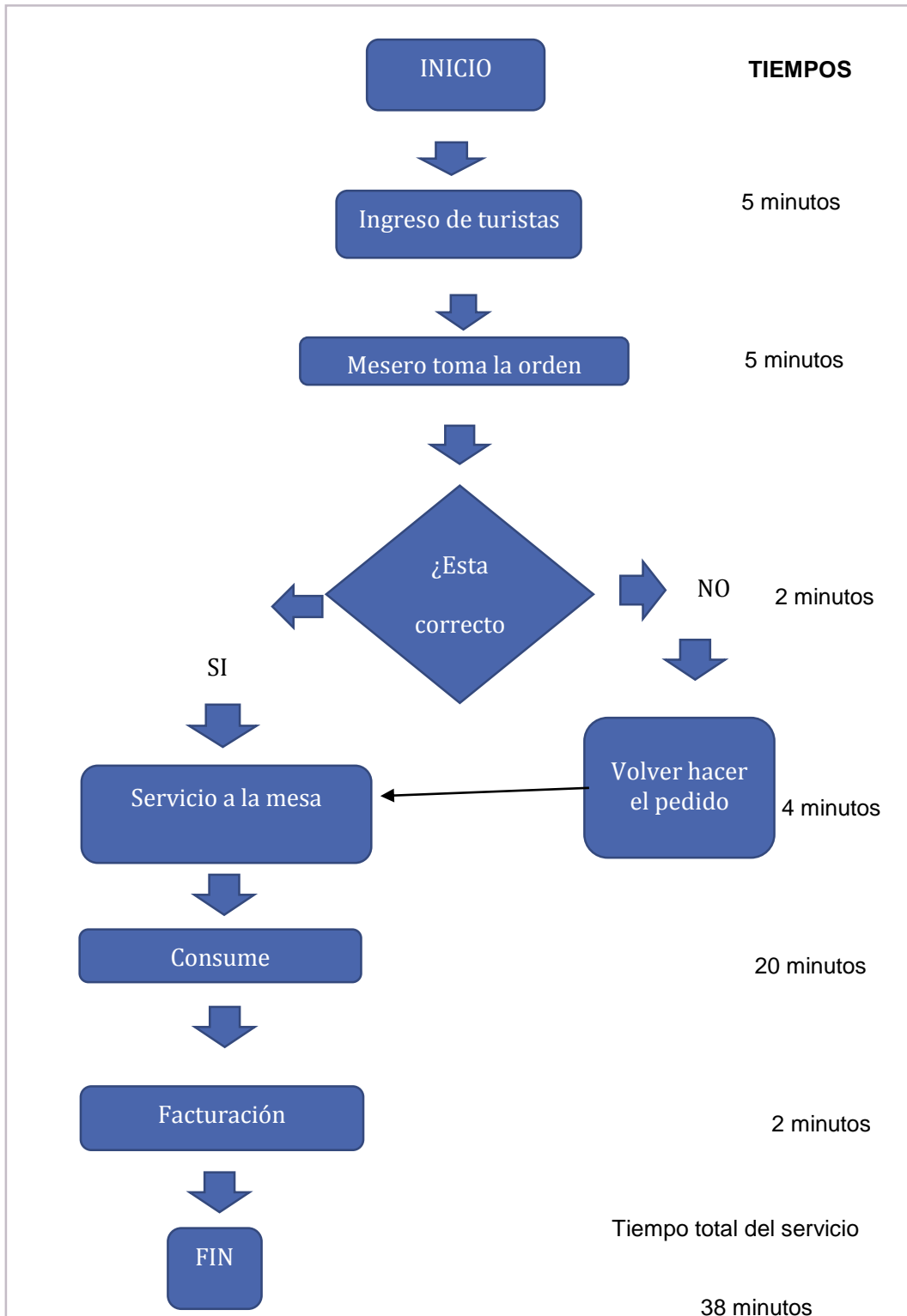
## FINCA ROMERILLOS

Horarios de atención  
Lunes a Domingos 09:00  
a 17:00

**Teléfono:** 02689543  
**Cell:** 0997269880  
**Correo electrónico:**  
fincaromerillos@gmail.com

Fuente: La autora  
Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

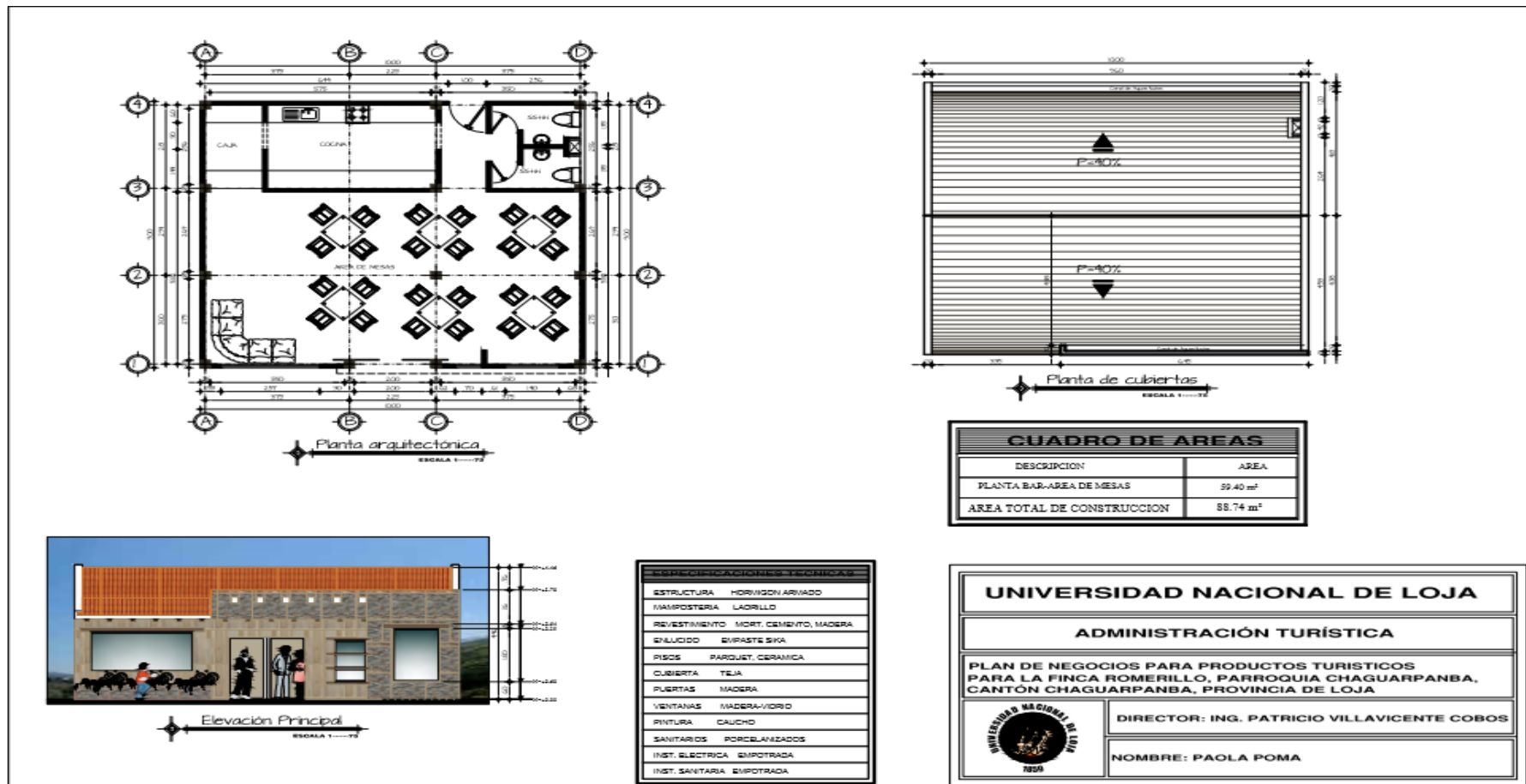
Grafico 24 Diagrama del servicio de alimentación



Fuente: La autora  
 Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma



Grafico 25 Planos arquitectónicos del Restaurante



Elaboración: Arq. Edy Cumbicus

### **6.2.3.3. Taller de atención al cliente y técnicas de guiar**

Para cumplir con este objetivo se realizó un cronograma que permita definir las temáticas a tratar en el taller con el fin de mejorar el conocimiento y atención de los trabajadores de la Finca Romerillos donde al finalizar con el taller se brindará un certificado.

El taller será un requisito indispensable para los que quieran laborar en la finca este se dictara dos semanas antes de inaugurar el restaurante y demás servicios que se ofertaran en la Finca por ende los horarios del taller estarán fuera de las horas de trabajo, serán de importancia para el personal ya que brindara y despejara las dudas que estos tengan acerca de cómo llevar una orden hasta como debe ser servido ese plato a la mesa.

Además se realizaran actividades que permitirán reforzar lo aprendido en el taller con la finalidad de conocer la disposición y entusiasmo a la hora de trabajar.

El taller se brindara en las oficinas del gobierno autónomo de chaguarpamba a este deben asistir obligatoriamente el personal que laborara en la finca, y con el fin de cumplir con esto se llevara un registro de asistencia el mismo que tendrá nombre, cedula y firma, este servirá para dar el respectivo certificado.

Los ponentes a este taller serán personas que tienen la experiencia suficiente para conocer los errores y aciertos que se dan en un sitio, personas que ya han brindado talleres a otras asociaciones y que han notado mejoramiento y por ende crecimiento en las empresas.

Grafico 26 Taller de capacitación

<b>TALLER DE ATENCION AL CLIENTE Y TECNICAS DE GUIAR</b>	
<b>Objetivos:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejorar la interacción entre todos los colaboradores de la empresa.</li> <li>- Satisfacer las necesidades que la empresa pudiera requerir a futuro.</li> <li>- Mantener un ambiente seguro, donde lleve a los colaboradores a tener actitudes y comportamientos estables.</li> </ul>	
<b>Duración:</b> 2 semana - 50 horas	
<b>Responsable:</b> Paola Nathaly Poma Curimilma	
N°	TEMAS
1	<b>EL CLIENTE/LA CLIENTA</b>
	El cliente
	La Comunicación verbal y no verbal
	La importancia de mirar, escuchar y preguntar al cliente.
	Actividad mediante una dramatización
2	<b>CALIDAD Y PROCESOS DEL SERVICIO AL CLIENTE</b>
	Las necesidades del consumidor/consumidoras
	Determinación de las necesidades del cliente
	Análisis de recompensa y motivación
	Actividades de comprensión

3	<b>PASOS PARA UNA EXCELENTE ATENCION AL CLIENTE</b>
	Mostrar atención
	Presentación adecuada
	Atención personal y amable
	Comentarios por parte de los asistentes, compartir experiencias.
	Reclamos de los clientes.
4	<b>GUIANZA</b>
	Perfil del guía
	Revisar la ruta, alistar equipos
	Recibir al grupo, previo charla informativa
	Normas generales
	Desarrollo de la actividad
	Solución de inconvenientes

**Fuente:** La autora

**Elaboración:** Paola Nathaly Poma Curimilma

Figura 27 Certificado de participación



Fuente: La autora

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

## 6.2.4. Estudio Administrativo

### 6.2.4.1. Estructura organizacional

Para realizar el presente objetivo se analizaron los factores internos como externos de la Finca como del cantón Chaguarpamba, lo que ha permitido determinar los objetivos estratégicos los mismos que sirven para el desarrollo turístico. Para los cual se ha propuesto la misión y la visión de la Finca Romerillos, la misma que se encuentran a continuación:

#### a. Visión

Ser una empresa líder en el mercado productivo y turístico, satisfaciendo las necesidades de los visitantes, brindándoles productos de calidad con excelencia en servicios.

#### b. Misión

Somos una empresa dedicada a actividades productivas y turísticas, misma que proporcionara recreación y aventura a turistas nacionales e internacionales, el cual busca brindar la mejor experiencia al visitante, cuenta con un personal comprometido con la empresa y al desarrollo turístico del país.

### **c. Objetivos de la empresa**

#### **Objetivo General**

Ser una empresa líder en el mercado turístico el cual permita tener demandas potenciales que contribuyan al desarrollo de la finca como empresa turística dentro de la parroquia Chaguarpamba.

#### **Objetivos Específicos**

1. Lograr una mayor participación en el mercado tanto nacional como internacional.
2. Utilizar los medios de comunicación actuales para la promoción de los productos.

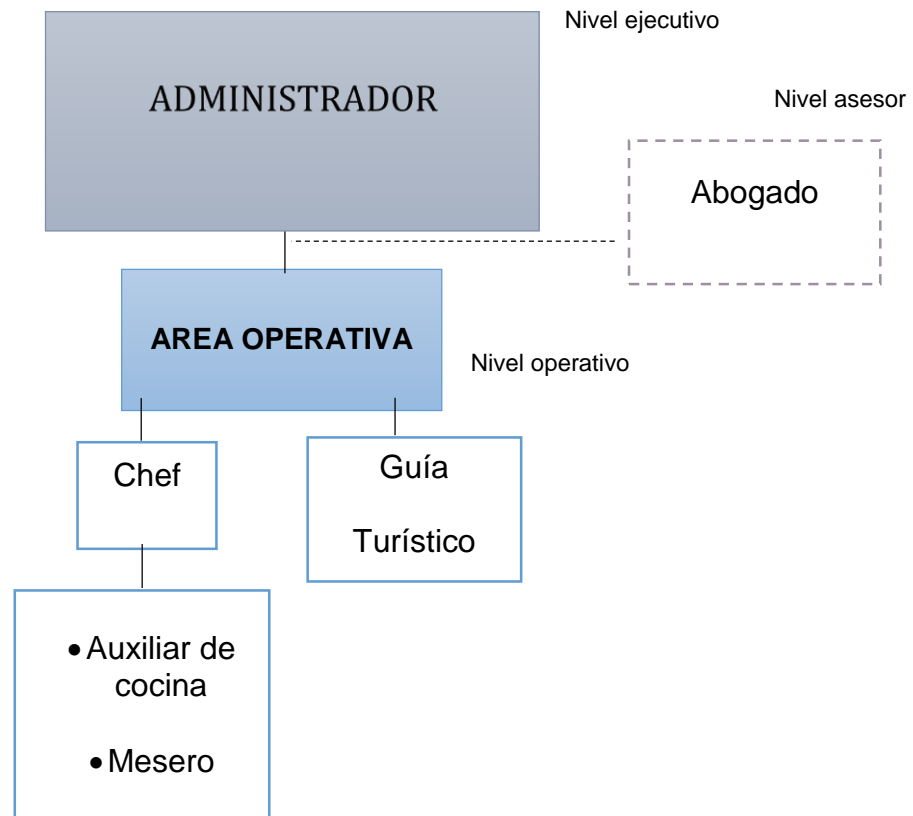
### **d. Valores institucionales**

- **Cuidado del medio ambiente:** Sentido de preservación y cuidado por los elementos naturales encontrados en el lugar
- **Responsabilidad:** Por los actos y actividades que se hayan designado a cada uno de los integrantes de la empresa.
- **Compromiso:** Para brindar servicios de excelencia, apoyándose mutuamente entre los miembros de la empresa.
- **Respeto:** Igualdad entre los miembros y para con los clientes de la empresa.

#### d. Organigrama

Para el organigrama se ha tomado en consideración las necesidades de la empresa que requiere para empezar a operar.

Cuadro N° 47 Organigrama de la Finca Romerillos



Fuente: La autora

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

#### Funciones y responsabilidades

##### Departamento Administrativo

Administrador:

- El administrador fija metas para cada área, las comunica a aquellas personas cuya participación es requerida para lograrlas y decide qué hay que hacer para cumplirlas.



- Organiza y analiza las actividades, decisiones y relaciones necesarias. Clasifica el trabajo, lo divide en actividades manejables y las clasifica en puestos de trabajo manejables.
- Agrupa estas unidades y puestos de trabajo en una estructura organizacional. Además, selecciona personas para la gestión de estas unidades y para los puestos de trabajo claves.
- Motivar y comunicar hace de su gente un equipo. Lo hace a través de la práctica y en sus relaciones con las personas con quienes trabaja.
- Se encarga de que cada persona conozca las medidas de desempeño de toda la organización y, al mismo tiempo, las de su función y así le ayuda a cumplirlas. Analiza, evalúa e interpreta el rendimiento y como en todas las otras áreas de su trabajo, comunica el significado de las medidas y sus resultados a sus subordinados, a sus superiores, y a sus colegas.
- Desarrollar a su gente y a él mismo, con el ascenso del trabajador del conocimiento, esta tarea ha adquirido una mayor importancia. En una economía del conocimiento, las personas son el activo más importante de la organización y le corresponde al administrador desarrollarlas.

### **Departamento Operativo**

Cocinero:

- Prepara los alimentos con la ayuda del auxiliar de cocina
- Cocina los alimentos según tiempo y cantidad
- Traslada los alimentos de la cocina a baño maría par su presentación y despacho al público
- Verifica el buen estado de los alimentos y las existencias necesarias para cumplir con la venta diaria
- Revisa diariamente la conservación de los alimentos

- Revisa diariamente la cantidad y tipo de alimentos almacenados y comunica esta información al Supervisor para su reposición dentro del tiempo necesario.
- Verifica que se cumpla las normas de higiene y que el personal a su cargo desempeñe correctamente sus funciones
- Recorre el área de trabajo y revisa si hay acumulación de desperdicios
- Informa al supervisor sobre algún caso específico para que este tome decisiones
- Recibe la solicitud del pedido
- Revisa que alimentos que hay en existencia en el almacén.
- Elige los alimentos y las porciones a utilizar.
- Prepara los alimentos con la colaboración del auxiliar de cocina
- Cocina los alimentos.
- Firma de facturas de mercancía cuando el Supervisor se encuentran ausente
- Verifica la mercancía contra la factura
- Comprueba que el peso, cantidad, calidad de la mercancía es igual a lo indicado en la factura
- Firma la factura como constancia de recibo de mercancía
- Participa en la limpieza del área de cocina
- Colabora en conjunto con el personal de cocina a mantener todo limpio y ordenado
- Debe realizar otras tareas relacionadas con las funciones de su unidad

#### Mesero

- Dar la bienvenida al comensal y agradecerle por su visita.
- Explicar a los clientes los platillos del menú, tomar las órdenes, recoger los alimentos y entregarlos a las mesas.
- Sacudir, limpiar y poner las mesas.
- Debe seleccionar los platos sucios de inmediato y llevarse al lavaplatos.

## Guía turístico

- Coordina el punto de encuentro con los turistas y lo que se presente durante el recorrido.
- Llega con anticipación al punto de encuentro.
- Antes de iniciar el itinerario deberá explicar las actividades a realizar. - Prepararse y brindar confianza para que los turistas disfruten y se sientan cómodos en la finca.
- Encargado de brindar la información clara y veraz.

## Departamento Jurídico

### Abogado

- Es el encargado de todos los asuntos legales de la empresa para que esta se mantenga al día y pueda funcionar de manera legal y normal.

### 6.2.4.2. Estructura Legal

La empresa se legalizará como Persona Natural esto significa que es un solo dueño que será quien esté a cargo de todas las operaciones diarias de la empresa. Además del control de la empresa el dueño tiene la responsabilidad de toda la utilidad de la empresa, así como de las deudas y obligaciones de la empresa.

Es la forma legal más sencilla de empezar. No hay gastos ni burocracia legal que sobrellevar. Lo que se tiene que hacer es conseguir los activos y comenzar a operar.

#### a. Condiciones Mínimas para permitir el Funcionamiento de Establecimientos Turísticos

- Establecimiento en buenas condiciones de construcción, instalaciones
- Higiene total del establecimiento
- Frecuencia de aseo por lo menos 2 veces al día

- Mantenimiento integral del establecimiento 3 veces por año
- Decoración del establecimiento
- Habitaciones completas equipadas con camas veladores y closets
- Reserva de agua
- Agua purificada para consumo de clientes
- Contar con por lo menos dos de todos los servicios básicos (Energía Eléctrica, Líneas telefónicas, Alcantarillado, Agua potable)
- Iluminación suficiente natural o artificial en todos los ambientes
- Ventilación suficiente natural o artificial en todos los ambientes
- Cumplir con las normas sanitarias para preparación de alimentos
- Buena disposición de desechos

#### 6.2.5. Estudio financiero

Para la realización del estudio financiero de la Finca Romerillos se tomaron en cuenta tres rubros importantes como son: los activos fijos, diferidos y circulantes necesarios para determinar la inversión.

##### 6.2.5.1. Inversión

##### a. Activos Fijos

En cuanto a los activos fijos requeridos para el presente proyecto están los siguientes:

**Construcción:** De acuerdo con las encuestas se determinó la necesidad de un restaurante para ello se tomó en cuenta las características del lugar y un espacio de construcción para 24 personas con 87 metros cuadrados.

Cuadro N° 48 Construcción

Descripción	cantidad	Valor por m2	valor total
Construcción restaurante	87 m2	182	15.834,00
<b>Total</b>			<b>15.834,00</b>

Fuente: Arq. Edy Cumbicus  
Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

**Maquinaria y Equipos:** Siendo el restaurante nuevo se requiere de la implementación de equipos y maquinaria correspondiente para su buen funcionamiento.

Cuadro N° 49 Maquinaria y Equipo

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor anual
Refrigerador	1	659	659
Batidora	1	80	80
Licuadaora	1	65	65
Cocinas industriales	2	100	200
<b>Total</b>			<b>1004</b>

Fuente: Empresa Marcimex  
Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

**Muebles y enseres:** Este incluye el mobiliario necesario para la comodidad de los clientes que visitaran la Finca.

Cuadro N° 50 Muebles y enseres

Descripción	cantidad	valor unitario	valor total
Juegos de Mesa de madera	6	150	900
Juego de muebles	1	450	450
<b>Subtotal</b>			1350
<b>IVA 12%</b>			162
<b>TOTAL</b>			<b>1512</b>

Fuente: Carpintería Practimueble  
Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

**Equipos de seguridad:** Es necesario considerar la seguridad de la finca previniéndola de futuros actos que puedan afectar a la misma.

Cuadro N° 51 Equipos de seguridad

Descripción	cantidad	valor unitario	valor total
Alarma	1	70	70
Extintor	1	35	35
<b>Total</b>			<b>105</b>

Fuente: Ferretería Flores  
Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

**Equipo de computación:** Se han considerado una herramienta indiscutible ya que desde estas ahorran tiempo en cuanto al pedido de productos y al registro de los mismos.

Cuadro N° 52 Equipo de computación

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor anual
Computador	1	600	600
Impresora	1	280	280
<b>Total</b>			<b>880</b>

Fuente: Almacén COMPUCYT

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

**Equipo de oficina:** Para la parte administrativa se consideraron los siguientes elementos de oficina.

Cuadro N° 53 Equipos de oficina

Descripción	cantidad	valor unitario	valor total
Sumadora	1	25	25
Grapadora	2	5	10
Perforadora	2	5	10
<b>TOTAL</b>			<b>45</b>

Fuente: Papelería Aguilar

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 54 Resumen de Activos Fijos

ACTIVOS	VALOR TOTAL
Construcción	15.834,00
Maquinaria y equipos	1.004,01
Muebles y enseres	1.512,00
Equipo de seguridad	105,00
Equipo de computación	880,00
Equipo de Oficina	45,00
<b>IMPREVISTOS 5%</b>	969,00
<b>TOTAL</b>	<b>20.349,01</b>

Fuente: Cuadros N° 48 al 53

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

## b. Activos Diferidos

Aquí se reflejan aquellos gastos por concepto de constitución de la empresa turística donde estas todos los permisos necesarios para operar de manera normal, estos se amortizan en cinco años de vida útil del proyecto.

**Gastos de constitución:** son aquellos gastos necesarios e indispensables para que una empresa pueda funcionar legalmente.

Cuadro N° 55 Gastos de constitución

Descripción	Valor total
Registro sanitario	100
Patente y permiso de funcionamiento	150
Registro mercantil	40
Registro de la actividad turística	150
<b>TOTAL</b>	<b>440</b>

Fuente: información secundaria

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

**Gastos de capacitación al personal:** Es el valor que se requiere por los servicios prestados.

Cuadro N° 56 Gastos capacitación al personal

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Expositores	2	300	600
Material de trabajo	6	3	18
<b>TOTAL</b>			<b>618</b>

Fuente: Información secundaria

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 57 Resumen Activo diferido

<b>ACTIVOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Gastos de Constitución	440
Gastos de capacitación al personal	618
<b>TOTAL</b>	<b>1.058,00</b>

Fuente: Cuadro N° 55 y 56

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 58 Amortización activo diferido

<b>Descripción</b>	<b>Vida Útil</b>	<b>Valor activo</b>	<b>Valor amortizado anual</b>
Activo diferido	5	1.058,00	211,60

Fuente: Cuadro N° 57

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma



### c. Activo Circulante

Estos son gastos que se pagan al iniciar el funcionamiento de la empresa. Ya sea este en el pago al personal que laborara como los suministros necesarios, los mismos que han sido calculados para un año.

**Mano de Obra directa:** se trata del personal que está en contacto con el cliente.

**Sueldos y Salarios:** son aquellos que no participan directamente en la prestación de servicios.

Cuadro N° 59 Sueldos del primer año Mano de obra directa

Cargo	Remuneración básica unificada	Aporte Patronal 12,15%	Total mensual	Subtotal Anual	Décimo tercera	Décimo Cuarta	Vacaciones	Total anual
Cocinero	370,5	45	416	4.986	31	30,5	15,44	5908
Ayudante de cocina	366	44	410	4.926	31	30,5	15,25	5841
Mesero	366	44	410	4.926	31	30,5	15,25	5841
Guía Nacional	5 días/ mes / Gana \$40,00 diarios							2400
<b>TOTAL</b>								<b>19989</b>

Fuente: Salarios mínimos sectoriales turismo Ecuador  
Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 60 Primer año Sueldos y Salarios

Cargo	Remuneración básica unificada	Aporte Patronal 12,15%	Total mensual	Subtotal Anual	Décimo tercera	Décimo Cuarta	Vacaciones	Total anual
Administrador	372,33	45	418	4.468	31	30,5	15,51	5935
<b>TOTAL</b>								<b>5935</b>

Fuente: Salarios mínimos sectoriales turismo ecuador  
Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 61 Segundo año Mano de obra directa

Cuadro N° 62 Segundo año Sueldos y salarios

Cargo	Remuneración básica unificada	Aporte Patronal 12,15%	Total mensual	Salario Anual	Décimo tercera	Décimo Cuarta	Vacaciones	Fondos de reserva 8,33%	Total anual
Cocinero	381,62	46	428	5.136	32	30,5	15,90	31,8	6456
Ayudante de cocina	377	46	423	5.073	31	30,5	15,71	31,4	6382
Mesero	380	46	426	5.115	32	30,5	15,84	31,7	6431
Guia Nacional		5 dias/ mes / Gana \$41,20 diarios							2472
<b>TOTAL</b>									<b>21740</b>

Fuente: Salarios mínimos sectoriales turismo ecuador  
Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cargo	Remuneración básica unificada	Aporte Patronal 12,15%	Total mensual	Salario Anual	Décimo tercera	Décimo Cuarta	Vacaciones	Fondos de reserva 8,33%	Total anual
Administrador	383,50	47	430	5.161	32	30,5	15,98	31,9	6486
<b>TOTAL</b>									<b>6486</b>

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 63 Tercer año de Mano de obra directa

Cargo	Remuneración básica unificada	Aporte Patronal 12,15%	Total mensual	Salario Anual	Decimo tercera	Decimo Cuarta	Vacaciones	Fondos de reserva 8,33%	Total de la remuneración
Cocinero	392,53	48	440	5.283	33	30,5	16,36	32,7	6630
Ayudante de cocina	388	47	435	5.218	32	30,5	16,16	32,3	6554
Mesero	391	47	438	5.261	33	30,5	16,29	32,6	6604
Guia Nacional		5 dias/ mes / Gana \$42,40 diarios							2544
<b>TOTAL</b>									<b>22332</b>

Fuente: Salarios mínimos sectoriales turismo Ecuador

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 64 Tercer año Sueldos y salarios

Cargo	Remuneración básica unificada	Aporte Patronal 12,15%	Total mensual	Salario Anual	Décimo tercera	Décimo Cuarta	Vacaciones	Fondos de reserva 8,33%	Total de la remuneración
Administrador	394,47	48	442	5.309	33	30,5	16,44	32,9	6661
<b>TOTAL</b>									<b>6661</b>

Fuente: Salarios mínimos sectoriales turismo Ecuador

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 65 Cuarto año Mano de obra directa

Cargo	Remuneración básica unificada	Aporte Patronal 12,15%	Total mensual	Salario Anual	Décimo tercera	Décimo Cuarta	Vacaciones	Fondos de reserva 8,33%	Total de la remuneración	
Cocinero	403,21	49	452	5.426	34	30,5	16,80	33,6	6800	
Ayudante de cocina	398	48	447	5.360	33	30,5	16,60	33,2	6722	
Mesero	402	49	450	5.404	33	30,5	16,73	33,5	6774	
Guía Nacional			5 días/ mes / Gana \$43,50 diarios							2610
<b>TOTAL</b>									<b>22906</b>	

Fuente: Salarios mínimos sectoriales turismo Ecuador

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 66 Cuarto año Sueldos y salarios

Cargo	Remuneración básica unificada	Aporte Patronal 12,15%	Total mensual	Salario Anual	Décimo tercera	Décimo Cuarta	Vacaciones	Fondos de reserva 8,33%	Total de la remuneración
Administrador	405,20	49	454	5.453	34	30,5	16,88	33,8	6832
<b>TOTAL</b>									<b>6832</b>

Fuente: Salarios mínimos sectoriales turismo Ecuador

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 67 Quinto año Mano de obra directa

Cargo	Remuneración básica unificada	Aporte Patronal 12,15%	Total mensual	Salario Anual	Décimo tercera	Décimo Cuarta	Vacaciones	Fondos de reserva 8,33%	Total de la remuneración	
Cocinero	413,65	50	464	5.567	34	30,5	17,24	34,5	6967	
Ayudante de cocina	409	50	458	5.499	34	30,5	17,03	34,0	6887	
Mesero	412	50	462	5.544	34	30,5	17,17	34,3	6940	
Guía Nacional			5 días/ mes / Gana \$44,70 diarios							2682
<b>TOTAL</b>									<b>23476</b>	

Fuente: Salarios mínimos sectoriales turismo Ecuador

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 68 Quinto año Sueldos y salarios

Cargo	Remuneración básica unificada	Aporte Patronal 12,15%	Total mensual	Salario Anual	Décimo tercera	Décimo Cuarta	Vacaciones	Fondos de reserva 8,33%	Total de la remuneración
Administrador	415,69	51	466	5.594	35	30,5	17,32	34,6	6999
<b>TOTAL</b>									<b>6999</b>

Fuente: Salarios mínimos sectoriales turismo Ecuador

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 69 Presupuesto primer año

<b>Detalle</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
Mano de obra directa		
Cocinero	492	5908
Ayudante de cocina	487	5841
Mesero	487	5841
Guía Nacional	200	2400
<b>Subtotal</b>	<b>1666</b>	<b>19989</b>
Sueldos y salarios		
Administrador	495	5935
<b>Subtotal</b>	<b>495</b>	<b>5935</b>
<b>Total</b>	<b>2160</b>	<b>25925</b>

Fuente: Salarios mínimos sectoriales turismo Ecuador  
Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 70 Presupuesto Segundo año

<b>Detalle</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
Mano de obra directa		
Cocinero	538	6456
Ayudante de cocina	532	6382
Mesero	536	6431
Guía Nacional	206	2472
<b>Subtotal</b>	<b>1812</b>	<b>21740</b>
Sueldos y salarios		
Administrador	540	6486
<b>Subtotal</b>	<b>540</b>	<b>6486</b>
<b>Total</b>	<b>2352</b>	<b>28226</b>

Fuente: Salarios mínimos sectoriales turismo Ecuador  
Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 71 Presupuesto Tercer año

<b>Detalle</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
Mano de obra directa		
Cocinero	552	6630
Ayudante de cocina	546	6554
Mesero	550	6604
Guía Nacional	212	2544
<b>Subtotal</b>	<b>1861</b>	<b>22332</b>
Sueldos y salarios		
Administrador	555	6661
<b>Subtotal</b>	<b>555</b>	<b>6661</b>
<b>Total</b>	<b>2416</b>	<b>28993</b>

Fuente: Salarios mínimos sectoriales turismo Ecuador  
Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 72 Presupuesto Cuarto año

Detalle	Costo mensual	Costo anual
Mano de obra directa		
Cocinero	567	6800
Ayudante de cocina	560	6722
Mesero	565	6774
Guía Nacional	218	2610
<b>Subtotal</b>	<b>1909</b>	<b>22906</b>
Sueldos y salarios		
Administrador	569	6832
<b>Subtotal</b>	<b>569</b>	<b>6832</b>
<b>Total</b>	<b>2478</b>	<b>29738</b>

Fuente: Salarios mínimos sectoriales turismo Ecuador  
 Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 73 Presupuesto Quinto año

Detalle	Costo mensual	Costo anual
Mano de obra directa		
Cocinero	581	6967
Ayudante de cocina	574	6887
Mesero	578	6940
Guia Nacional	224	2682
<b>Subtotal</b>	<b>1956</b>	<b>23476</b>
Sueldos y salarios		
Administrador	583	6999
<b>Subtotal</b>	<b>583</b>	<b>6999</b>
<b>Total</b>	<b>2540</b>	<b>30475</b>

Fuente: Salarios mínimos sectoriales turismo Ecuador  
 Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 74 Resumen de Presupuesto de mano de obra directa y sueldos y salarios

AÑO	VALOR
1	25925
2	28226
3	28993
4	29738
5	30475

Fuente: Cuadros N° 69 al 73  
 Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

**Materia Prima:** Esta se desarrolló de acuerdo a los platillos a elaborarse en el restaurante.

Cuadro N° 75 Materia Prima

Descripción	Costo total (12 Personas)	Valor mensual	Valor anual
<b>Desayunos</b>			
DESAYUNO CONTINENTAL	12,35	267,6	3211
BOLONES	9,48	205,3	2463,5
TAMAL	7,26	157,4	1888,25
<b>Sopas</b>			
CREMA DE TOMATE	8,33	180,4	2164,5
REPE	7,2	156,0	1872
<b>Platos fuertes</b>			
YUCAS GRATINADAS	11	238	2860
MOLLOCO	10,18	220	2645,5
<b>Postres</b>			
POSTRE NATILLA	8,35	181	2171
POSTRE MOKA	8,06	174,6	2095,6
PASTELITOS DE PLATANO	7,23	156,5	1878,5
<b>Bebidas</b>			
HORCHATA	1,65	35,8	429
CAFÉ DE LA FINCA	2,05	44,4	533
BATIDOS	4,71	102,1	1224,6
REFRESCO DE FRUTAS	9,28	201	2411,5
<b>TOTAL</b>		<b>2320,7</b>	<b>27847,95</b>

Fuente: Mercados de Chaguarpamba  
Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma



**Menaje:** Para la selección de estos se ha tomado en cuenta la capacidad del restaurante y las necesidades básicas de la misma.

Cuadro N° 76 Menaje de cocina

<b>Descripción</b>	<b>cantidad</b>	<b>valor unitario</b>	<b>valor total</b>
Olla de presión 6 lt	2	38,16	76,32
caldero recortado 32	2	42,06	84,12
Caldero recortado 40	2	69,69	139,38
Sartén Paladium 28	3	10,09	30,27
Rallo 4 caras acero	2	5,7	11,4
Cuchillo para carne 8"	1	7,37	7,37
Cuchillo 12" profesional	1	15,44	15,44
Cuchillo cebollero	1	12,28	12,28
Tabla para picar	4	19,65	78,6
Cucharon 100 onza acero	4	3,29	13,16
Exprimidor	2	1,18	2,36
coladores x5	1	2,28	2,28
bandejas de acero 60x40	3	15,44	46,32
bandeja de acero 35x45	2	5,09	10,18
bandeja de acero 50x35	2	13,51	27,02
Reposteros tapa plástica	3	3,95	11,85
Reposteros	4	3,03	12,12
Cucharetas acero	4	1,23	4,92
Tazones	4	4,61	18,44
Jarra 1 1/2 litro	6	2,19	13,14
Saleros	6	0,79	4,74
Azucareras	6	4,65	27,9
Vasos	24	0,86	20,64
Vajilla 30 piezas	5	25,44	127,2
pinzas 12" BBQ acero	2	2,19	4,38
Servilleteros	6	2,54	15,24

Charoles	6	5	30
Cubiertos	5	20,18	100,9
Jarra acero 2 litros	1	21,18	21,18
<b>TOTAL</b>			<b>969,15</b>

Fuente: Almacén Cristal

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

**Servicios Básicos:** Son todos los pagos necesarios en un lugar como agua, luz.

Cuadro N° 77 Servicios Básicos

Descripción	Valor total mensual	Valor anual
Agua (m3)	28	336
Luz (Kw/h)	30	360
<b>Total</b>		<b>696</b>

Fuente: EERSA

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

**Servicios adicionales:** aquellos servicios que se requieren para estar al día en publicidad de una empresa.

Cuadro N° 78 Servicios adicionales

Descripción	Valor total mensual	Valor anual
Internet	22,4	269
<b>Total</b>		<b>269</b>

Fuente: CNT Chaguarpamba

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

**Suministros de oficina:** adquisición de materiales de oficina tales como:

Cuadro N° 79 Suministros de oficina

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Resmas de papel bond	12	3	36
Archivadores	5	4	20
Cuaderno	2	1,2	2,4
Tinta de impresora	4	5	20
Esferográficos	6	0,35	2,1
<b>Total</b>			<b>80,5</b>

Fuente: Papelería Aguilar

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

**Útiles de Aseo:** Son necesarios para el mantenimiento de la Finca.

Cuadro N° 80 Útiles de aseo

Descripción	cantidad	valor unitario	valor total
Detergente 1000 gramos	8	12	96
Cloro galón	6	3,5	21
Escoba	4	1,5	6
Recogedor de basura	2	1,25	2,5
Ambientales	10	3	30
Papel higiénico 12 rollos	6	4	24
Jabón de manos	4	4,5	18
Basureros	5	3	15
Papel para manos	6	3,5	21
<b>Total</b>			<b>233,5</b>

Fuente: Supermercados de la ciudad

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

**Promoción:** en esta se destacan los souvenir que la empresa entregara por la venta de cada paquete turístico.

Cuadro N° 81 Promoción

Descripción	cantidad	valor unitario	valor total
Camisetas	250	8	2000
Bolsos artesanales	250	5	1250
<b>Total</b>			<b>3250</b>

Fuente: Almacenes de serigrafía de la ciudad

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

**Mantenimiento de maquinaria y equipo:** este rubro se incluye un valor para el mantenimiento de las maquinarias.

Cuadro N° 82 Mantenimiento de maquinaria y equipos

Descripción	cantidad	valor unitario	valor total
Mantenimiento de equipos	3	25	28
<b>Total</b>			<b>28</b>

Fuente: COMPUCYT

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 83 Resumen del activo Circulante

<b>Especificaciones</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Mano de Obra Directa	1.665,77	19.989,20
Sueldos y salarios	2.160,38	5.935,31
Materia Prima	2.320,66	27.847,95
Menaje de cocina	80,76	969,15
Servicios básicos	58,00	696,00
Servicios adicionales	22,40	268,80
Útiles de Oficina	6,71	80,50
Materiales y Útiles de Aseo	19,46	233,50
Mantenimiento de maquinaria y equipo	2,33	28,00
Publicidad y Promoción	270,83	3.250,00
<b>IMPREVISTOS 5%</b>	247,08	2.964,92
<b>TOTAL</b>	<b>6.854,38</b>	<b>62.263,33</b>

Fuente: Cuadros N° 59 al 82

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 84 Resumen de los activos

<b>ESPECIFICACIONES</b>	<b>VALOR</b>
ACTIVOS FIJOS	20.349,01
ACTIVOS DIFERIDO	1.058,00
ACTIVO CIRCULANTE	6.854,38
<b>TOTAL</b>	<b>28.261,39</b>

Fuente: Cuadros N° 54,57 y 83

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

### 6.2.5.2. Financiamiento

Para el financiamiento se desarrollara con capital Propio con un valor de 8.261,39\$, representando al 29% de la inversión, y además del de un crédito Bancario en el BAN Ecuador con una tasa de interés del 11,86% el monto del crédito es de 20,000.00\$, representando este el 71% de la inversión.

Cuadro N° 85 Financiamiento

Especificaciones	Valor	Porcentaje
Capital Propio	8.261,39	29%
Préstamo Bancario	20.000,00	71%
<b>Total</b>	<b>28.261,39</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuadro N° 84

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

### Tabla de Amortización

#### Datos

**Saldo Inicial:** 20,000.00

**Interés:** 11,85%

**Tiempo:** 5 años

**Forma de pago:** Semestral

Capital	20.000,00			Tiempo	5 años		
Interés	11,86%			Plazo	Semestral		
Años	Semestre	Saldo Inicial	Amortización	Intereses	Dividendo semestral	Dividendo Anual	Saldo Final
1	1	20.000,00	2000,00	1186,00	3186,00	6253,40	18.000,00
	2	18.000,00	2000,00	1067,40	3067,40		16.000,00
2	1	16.000,00	2000,00	948,80	2948,80	5779,00	14.000,00
	2	14.000,00	2000,00	830,20	2830,20		12.000,00
3	1	12.000,00	2000,00	711,60	2711,60	5304,60	10.000,00
	2	10.000,00	2000,00	593,00	2593,00		8.000,00
4	1	8.000,00	2000,00	474,40	2474,40	4830,20	6.000,00
	2	6.000,00	2000,00	355,80	2355,80		4.000,00
5	1	4.000,00	2000,00	237,20	2237,20	4355,80	2.000,00
	2	2.000,00	2000,00	118,60	2118,60		0

Fuente: BAN ECUADOR

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

### 6.2.5.3. Depreciaciones de activos fijos

Cuadro N° 86 Depreciaciones

DESCRIPCION	VALOR DEL ACTIVO	VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL	VALOR RESIDUAL	% DEPRECIACION
Construcción	15.834,00	20	791,7	11875,5	5%
Maquinaria y equipos	1.004,01	10	100,40	502,01	10%
Muebles y enseres	1.512,00	10	151,20	756,00	10%
Equipo de seguridad	105,00	10	10,50	52,50	10%
Equipo de computación	880,00	3	290,40	8,80	33%
Equipo de Oficina	45,00	10	4,50	22,50	10%
<b>TOTAL</b>			<b>1.348,70</b>	<b>13.217,31</b>	

Fuente: Cuadro N° 54

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 87 Depreciación equipo de computación (4-5 año)

DESCRIPCION	VALOR DEL ACTIVO	VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL	VALOR RESIDUAL	% DEPRECIACION
Equipo de computación	958,00	3	316	326	33%

Fuente: Cuadro N° 86

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

#### 6.2.5.4. Costos

Se detallan todos los costos proyectados clasificándolos en Costos de servicio, Costo Operativo, Gastos de venta y otros gastos para los 5 años de vida útil del proyecto.

Cuadro N° 88 Costos Proyectados

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>COSTOS DE SERVICIO</b>					
Mano de Obra Directa	19.989,20	21.740,36	22.332,03	22.906,40	23.475,64
Materia Prima	27.847,95	28.683,39	29.503,73	30.306,23	31.091,17
Menaje	969,15	998,22	1.026,77	1.054,70	1.082,02
Deprec.maquinaria y equipo	100,40	103,41	106,37	109,26	112,09
Servicios básicos	696,00	716,88	737,38	757,44	777,06
<b>Total costos de servicio</b>	<b>49.602,70</b>	<b>52.242,27</b>	<b>53.706,29</b>	<b>55.134,04</b>	<b>56.537,98</b>
<b>COSTO OPERATIVO</b>					
Administración					
Sueldos y Salarios	5.935,31	6.485,74	6.660,76	6.831,98	6.999,45
Deprec.muebles y enseres	151,20	151,20	151,20	151,20	151,20
Deprec. Equipo de seguridad	10,50	10,50	10,50	10,50	10,50
Deprec. Equipo de computación	290,40	290,40	290,40	316,14	316,14
Deprec. Equipo de oficina	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50
Servicios adicionales	268,80	276,86	284,78	292,53	300,10
Materiales y útiles de aseo	233,50	240,51	247,38	254,11	260,69
Útiles de oficina	80,50	82,92	85,29	87,61	89,88
Mantenimiento de maquinaria y equipo	28,00	28,84	29,66	30,47	31,26
<b>Total de costos administrativos</b>	<b>7.002,71</b>	<b>7.571,46</b>	<b>7.788,01</b>	<b>7.999,84</b>	<b>8.207,04</b>
<b>VENTAS</b>					
Publicidad y Promoción	3.250,00	3.347,50	3.443,24	3.536,89	3.628,50
<b>Total Gastos de Venta</b>	<b>3.250,00</b>	<b>3.347,50</b>	<b>3.443,24</b>	<b>3.536,89</b>	<b>3.628,50</b>
<b>OTROS GASTOS</b>					
Amortización del activo diferido	211,60	211,60	211,60	211,60	211,60
Gastos financieros	2.253,40	1.779,00	1.304,60	830,20	355,80
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>2.465,00</b>	<b>1.990,60</b>	<b>1.516,20</b>	<b>1.041,80</b>	<b>567,40</b>
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>62.320,41</b>	<b>65.151,83</b>	<b>66.453,74</b>	<b>67.712,58</b>	<b>68.940,91</b>

Fuente: Cuadros N° 54, 57 y 83

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 89 Clasificación de Costos Fijos y Variables

DETALLE	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Costo Fijo	Costo Varia.	Costo Fijo	Costo Varia.	Costo Fijo	Costo Varia.	Costo Fijo	Costo Varia.	Costo Fijo	Costo Varia.
<b>Costos de Servicio</b>										
Mano de Obra Directa		19.989,20		21.740,36		22.332,03		22.906,40		23.475,64
Materia Prima		27.847,95		28.683,39		29.503,73		30.306,23		31.091,17
Menaje		969,15		998,22		1.026,77		1.054,70		1.082,02
Deprec. Maquinaria y equipo	100,40		103,41		106,37		109,26		112,09	
Servicios básicos		696,00		716,88		737,38		757,44		777,06
<b>Costos de Operación</b>										
Sueldos y Salarios	5.935,31		6.485,74		6.660,76		6.831,98		6.999,45	
Servicios adicionales	268,80		276,86		284,78		292,53		300,10	
Deprec.muebles y enseres	151,20		151,20		151,20		151,20		151,20	
Deprec. Equipo de seguridad	10,50		10,50		10,50		10,50		10,50	
Deprec. Equipo de computación	290,40		290,40		290,40		316,14		316,14	
Deprec. Equipo de oficina	4,50		4,50		4,50		4,50		4,50	
<b>Ventas</b>										
Publicidad y Promoción		3.250,00		3.347,50		3.443,24		3.536,89		3.628,50
<b>Financieros</b>										
Amortización del activo diferido	211,60		211,60		211,60		211,60		211,60	
Intereses del Préstamo	2.253,40		1.779,00		1.304,60		830,20		355,80	
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>9.226,11</b>	<b>49.502,30</b>	<b>9.313,22</b>	<b>22.045,76</b>	<b>9.024,72</b>	<b>22.637,43</b>	<b>8.757,91</b>	<b>23.237,54</b>	<b>8.461,39</b>	<b>23.806,78</b>

Fuente: Cuadro N° 88

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma



### 6.2.5.5. Ingresos

Los ingresos están basados en la materia prima y en los servicios que se van a ofertar. A continuación se detalla

Cuadro N° 90 Ingresos

AÑO	COSTOS TOTALES	PORCENTAJE	COSTOS POR SERVICIO		
		ALIMENTACION	PAQUETE TURISTICO	ALIMENTACION	PAQUETE TURISTICO
1	62.320,41	50%	50%	31.160,20	31.160,20
2	65.151,83	50%	50%	32.575,91	32.575,91
3	66.453,74	50%	50%	33.226,87	33.226,87
4	67.712,58	50%	50%	33.856,29	33.856,29
5	68.940,91	50%	50%	34.470,46	34.470,46

Fuente: Cuadro N° 88

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 91 Ingresos por Alimentación

AÑOS	COSTOS ALIMENTACION	PAX ANUALES	COSTO DEL SERVICIO	UTILIDAD	UTILIDAD EN DOLARES	PVP	VENTAS TOTALES
1	31.160,20	6240	4,99	25%	1,25	6,24	38.950,26
2	32.575,91	6240	5,22	25%	1,31	6,53	40.719,89
3	33.226,87	6240	5,32	25%	1,33	6,66	41.533,59
4	33.856,29	6240	5,43	25%	1,36	6,78	42.320,36
5	34.470,46	6240	5,52	25%	1,38	6,91	43.088,07

Cuadro N° 92 Ingresos Paquete turístico

<b>AÑOS</b>	<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>N° PAX</b>	<b>COSTO DEL SERVICIO</b>	<b>UTILIDAD</b>	<b>UTILIDAD EN DOLARES</b>	<b>PVP</b>	<b>VENTAS TOTALES</b>
<b>1</b>	31.160,20	1040	29,96	25%	7,49	37,45	38.950,26
<b>2</b>	32.575,91	1040	31,32	25%	7,83	39,15	40.719,89
<b>3</b>	33.226,87	1040	31,95	25%	7,99	39,94	41.533,59
<b>4</b>	33.856,29	1040	32,55	25%	8,14	40,69	42.320,36
<b>5</b>	34.470,46	1040	33,14	25%	8,29	41,43	43.088,07

Fuente: Cuadro N° 90

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 93 Total de Ingresos

<b>AÑOS</b>	<b>INGRESOS</b>
<b>1</b>	77.900,51
<b>2</b>	81.439,79
<b>3</b>	83.067,17
<b>4</b>	84.640,72
<b>5</b>	86.176,14

Fuente: Cuadros N° 91 y 92

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

### 6.2.5.6. Estado de Pérdidas y Ganancias

El Estado de Ganancias y Pérdidas; es un informe financiero que da muestra de la rentabilidad de la empresa durante un período determinado, es decir, las ganancias o pérdidas que la empresa obtuvo o espera tener.

Cuadro N° 94 Estado de Pérdidas y Ganancias

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas	77.900,51	81.439,79	83.067,17	84.640,72	86.176,14
(-) Costos Totales	62.320,41	65.151,83	66.453,74	67.712,58	68.940,91
(=) Utilidad Bruta	15.580,10	16.287,96	16.613,43	16.928,14	17.235,23
(-) 15% Reparto de Utilidades de Trabajadores	2.337,02	2.443,19	2.492,02	2.539,22	2.585,28
(=) Utilidad antes de impuestos	13.243,09	13.844,76	14.121,42	14.388,92	14.649,94
(-) 22% Impuesto a la Renta	2.913,48	3.045,85	3.106,71	3.165,56	3.222,99
(-) 10% Reserva legal	291,35	304,58	310,67	316,56	322,30
(=) Utilidad neta	<b>10.038,26</b>	<b>10.494,33</b>	<b>10.704,04</b>	<b>10.906,80</b>	<b>11.104,66</b>

Fuente: Cuadros N° 88 y 93

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

#### 6.2.5.7. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio, es aquel punto de actividad en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.

Existen dos tipos de cálculo que son; método matemático y método gráfico.

**Método Matemático:** En este método se trabajara con dos alternativas; en función a la capacidad instalada y en función de las ventas.

#### Calculo del punto de equilibrio para el primer año

##### a.- En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{COST. FIJO TOTAL}{VENTA TOTAL - COST VARIABLE TOTAL} \quad 100\%$$

$$PE = \frac{9.226,11}{77901 - 49.502} \quad 100\%$$

$$PE = \frac{9.226,11}{28.398,22} \quad 100\%$$

$$PE = 0,32 * 100\%$$

$$PE \quad 32,49\%$$

**b.- En función de las Ventas o Ingresos**

$$PE = \frac{1}{1} \times \frac{COSTO FIJOS TOTALES}{VT} = \frac{CVT}{VT}$$

$$PE = \frac{1}{1} \times \frac{9.226,11}{77901} = \frac{49.502}{77901}$$

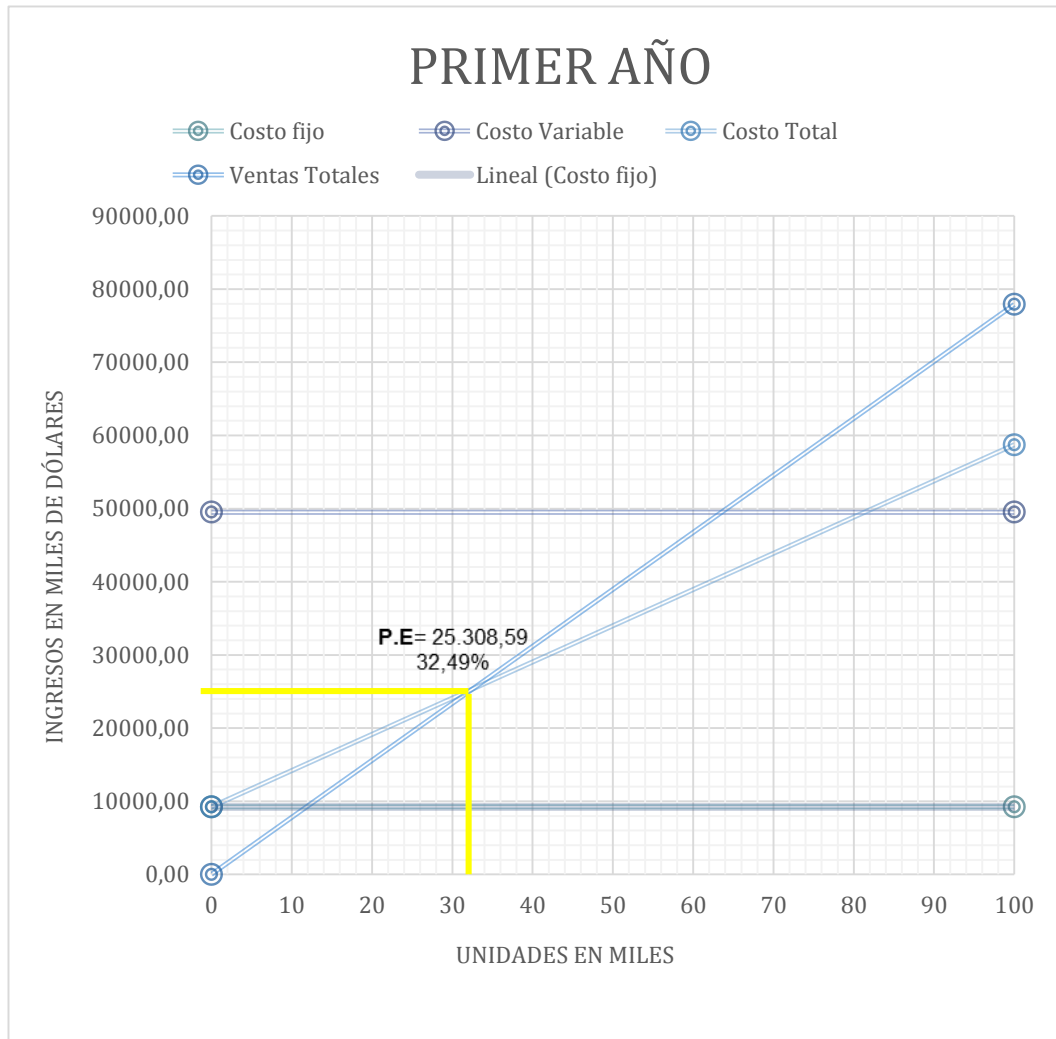
$$PE = \frac{9.226,11}{1}$$

$$1 \times 0,64$$

$$PE = \frac{9.226,11}{0,36}$$

$$PE = 25.308,59$$

Grafico 28 En función de la Capacidad Instalada y las Ventas o Ingresos



**Fuente:** Punto de equilibrio en función de las ventas y en función de la capacidad instalada  
**Elaborado:** Paola Nathaly Poma Curimilma

**Interpretación:** El siguiente grafico nos da como resultado que la Finca debe vender 25.308,59 dólares de sus servicios para llegar al punto de equilibrio con un 32,49% de capacidad instalada.

Cuando la empresa venda menos de 25.308,59 dólares de sus servicios y trabaje con menos de 32,49% de capacidad instalada, la empresa empezara a tener pérdidas.

Por el contrario, si la empresa vende más de 25.308,59 dólares de sus servicios y trabaje con más del 32,49% de la capacidad instalada, la empresa empezara a tener ganancias.

### 6.2.5.8. Evaluación financiera

Cuadro N° 95 Flujo de Caja

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>1. INGRESOS</b>						
Ingresos		77.900,51	81.439,79	83.067,17	84.640,72	86.176,14
Crédito	20.000,00					
Capital Propio	8.261,39					
Valor residual					22,50	
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>28.261,39</b>	<b>77.900,51</b>	<b>81.439,79</b>	<b>83.067,17</b>	<b>84.663,22</b>	<b>86.176,14</b>
<b>2. EGRESOS</b>						
Activo Fijo	20.349,01					
Activo Diferido	1.058,00					
Activo circulante	6.854,38					
Reinversión					958,00	
Costos totales		62.320,41	65.151,83	66.453,74	67.712,58	68.940,91
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>28.261,39</b>	<b>62.320,41</b>	<b>65.151,83</b>	<b>66.453,74</b>	<b>68.670,58</b>	<b>68.940,91</b>
(=) Utilidad Bruta		15.580,10	16.287,96	16.613,43	15.992,64	17.235,23
(-) 15% Reparto de trabajadores		2.337,02	2.443,19	2.492,02	2.539,22	2.585,28
(=) Utilidad antes de impuestos		13.243,09	13.844,76	14.121,42	13.453,42	14.649,94
(-) 22% Impuesto Renta		2.913,48	3.045,85	3.106,71	3.165,56	3.222,99
(=) Utilidad líquida		10.329,61	10.798,92	11.014,71	10.287,86	11.426,96
(+) Depreciaciones		1.348,70	1.348,70	1.348,70	1.374,44	1.374,44
(+) Amortización Diferido		211,60	211,60	211,60	211,60	211,60
(-)Amortización del Capital		2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
<b>(=) FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>28.261,39</b>	<b>9.889,91</b>	<b>10.359,22</b>	<b>10.575,01</b>	<b>9.873,90</b>	<b>11.013,00</b>

Fuente: Cuadro N° 94

Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

- **Valor Actual Neto (VAN)**

Toma en cuenta la importancia de los flujos de efectivo en función del tiempo. Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de beneficios futuros, menos el valor actualizado de los costos futuros.

Cuadro N° 96 VAN

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>FACTOR ACTUALIZADO 11,85%</b>	<b>VALOR ACTUALIZADO</b>
<b>0</b>	<b>28.261,39</b>		28.261,39
<b>1</b>	9889,91	0,894055	8842,12
<b>2</b>	10359,22	0,799334	8280,47
<b>3</b>	10575,01	0,714648	7557,41
<b>4</b>	9873,90	0,638934	6308,77
<b>5</b>	11.013,00	0,571242	6291,09
<b>TOTAL</b>			<b>37279,85</b>
<b>INVERSION</b>			<b>28.261,39</b>
<b>VAN</b>			<b>9.018,46</b>

**Fuente:** Cuadro N° 95  
**Elaborado:** Paola Nathaly Poma Curimilma

La diferencia del total del VAN menos la inversión Inicial resulta 9.018,46 siendo este positivo indica que el proyecto es aceptable.



### - Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa de actualización por medio de la cual el valor actual de ingresos de efectivo, es igual al valor actual de los egresos o salidas de efectivo. En otras palabras la tasa interna de retorno es la ganancia del proyecto de inversión.

Cuadro N° 97 TIR

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		23,00%		24,00%	
0	- 28.261,39		- 28.261,39		- 28.261,39
1	9.889,91	0,813008	8.040,58	0,806452	7.975,73
2	10.359,22	0,660982	6.847,26	0,650364	6.737,26
3	10.575,01	0,537384	5.682,84	0,524487	5.546,46
4	9.873,90	0,436897	4.313,88	0,422974	1.824,66
5	11.013,00	0,355201	3.911,83	0,341108	3.756,62
		<b>VAN MENOR</b>	535,00	<b>VAN MAYOR</b>	- 2.420,66

Fuente: Cuadro N° 95

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

$$TIR = T_m + Dt \left( \frac{Van\ menor}{Van\ menor - Van\ mayor} \right)$$

$$TIR = 23 + 0,50 \left( \frac{535,00}{535,00 - (-2.159,67)} \right)$$

$$TIR = 23 + 0,50 \left( \frac{535,00}{2.694,67} \right)$$

$$TIR = 23 + 0,50 (0,2)$$

$$TIR = 23 + (0,1)$$

$$TIR = 23,10\%$$

**- Periodo de Recuperación de Capital**

Se trata del tiempo en el que se recuperara el capital invertido, es el período que media entre el inicio de la explotación hasta que se obtiene el primer saldo positivo o período de tiempo de recuperación de una inversión.

La recuperación de la inversión estimada de 28.261,39 será en 1 año, 1 mes.

Cuadro N° 98 Periodo de Recuperación de Capital

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>FACT ACTUALIZACION 11,85%</b>	<b>VALOR ACTUAL</b>	<b>FLUJOS ACUMULADOS</b>
0	28.261,39			
1	9.889,91	0,894055	8.842,12	8.842,12
2	10.359,22	0,799334	8.280,47	17.122,59
3	10.575,01	0,714648	7.557,41	24.679,99
4	9.873,90	0,638934	6.308,77	<b>30.988,76</b>
5	11.013,00	0,571242	6.291,09	37.279,85
<b>TOTAL</b>				<b>118.913,31</b>

Fuente: Cuadro N° 95

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

**Inversión -  $\Sigma$  Primeros Flujos**

**P.R.C. = Año que supera la inversión + -----**  
**Flujo del año que supera la inversión**

$$\text{P.R.C.} = 4 + \left( \frac{28.261,39 - 118.913,31}{30.988,76} \right)$$

**P.R.C. = 4 + (2,93)**

**P.R.C. = 1,1**

**P.R.C. = 1 Año**

**P.R.C. = 0,1 \* 12 = 1 mes**

**P.R.C. = 0,2 \* 30 = 6 días**

**- Beneficio – Costo**

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

Cuadro N° 99 Relación beneficio- costo

AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIG.	FACTOR ACT.	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT.	INGRESO ACTUALIZADO
		11,58%			11,58%	
1	62.320,41	0,894055	55.717,84	77.900,51	0,894055	69.647,30
2	65.151,83	0,799334	52.078,04	81.439,79	0,799334	65.097,55
3	66.453,74	0,714648	47.491,01	83.067,17	0,714648	59.363,77
4	67.712,58	0,638934	43.263,87	84.640,72	0,638934	54.079,84
5	68.940,91	0,571242	39.381,94	86.176,14	0,571242	49.227,42
			<b>237.932,71</b>			<b>297.415,89</b>

Fuente: Cuadro N° 95

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

$$\text{RELACION BENEFICIO COSTO} = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}} = \frac{297.415,89}{237.932,71} = 1,25$$

## - Análisis de Sensibilidad

La base para aplicar este método es identificar los posibles escenarios del proyecto de inversión.

Cuadro N° 100 Análisis de sensibilidad con un incremento del 11,20% en los Costos

PERIODO	COSTO	COSTO TOTAL	INGRESO	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL	ORIGINAL	TOTAL	FLUJO	FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
	ORIGINAL	11,20%	ORIGINAL	NETO	18,00%	MENOR	19,00%	MAYOR
<b>0</b>						( 28261,39 )		( 28261,39 )
<b>1</b>	62320,41	69300,30	77901,00	8600,70	0,8474576271	7288,73	0,8403361345	7227,48
<b>2</b>	65151,83	72448,83	81440,00	8991,17	0,7181844298	6457,31	0,7061648189	6349,24
<b>3</b>	66453,74	73896,56	83067,00	9170,44	0,6086308727	5581,41	0,5934158142	5441,88
<b>4</b>	67712,58	75296,39	84641,00	9344,61	0,5157888752	4819,85	0,4986687514	4659,87
<b>5</b>	68940,91	76662,29	86176,00	9513,71	0,4371092162	4158,53	0,4190493709	3986,71
						<b>44,45</b>		<b>-596,20</b>

Fuente: Cuadro N° 95

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

$$\text{NTIR} = T_m + D_t \left( \frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}} \right)$$

$$\text{NTIR} = 18 + 1 \left( \frac{357,49}{357,49 + -318,93} \right)$$

<b>NTIR = 18,07%</b>
----------------------

<b>TIR DEL PROYECTO = 23,10%</b>
----------------------------------

**1. DIFERENCIA DE TIR**

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif.Tir.= 5,03%

**2. PORCENTAJE DE VARIACIÓN**

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) \*100

% Var. = 21,78%

**3.SENSIBILIDAD**

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0,943**

Cuadro N° 101 Análisis de sensibilidad con disminución del 9,00% en los ingresos

PERIODO	COSTO	INGRESO	INGRESO	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	FLUJO	FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
	ORIGINAL	ORIGINAL	9,00%	NETO	17,00%	MENOR	18,00%	MAYOR
0						( 28261,39 )		( 28261,39 )
1	62320,41	77901,00	70889,91	8569,50	0,8547008547	7324,36	0,8474576271	7262,29
2	65151,83	81440,00	74110,40	8958,57	0,7305135510	6544,36	0,7181844298	6433,91
3	66453,74	83067,00	75590,97	9137,23	0,6243705564	5705,02	0,6086308727	5561,20
4	67712,58	84641,00	77023,31	9310,73	0,5336500482	4968,67	0,5157888752	4802,37
5	68940,91	86176,00	78420,16	9479,25	0,4561111523	4323,59	0,4371092162	4143,47
						<b>604,61</b>		<b>-58,16</b>

Fuente: Cuadro N° 95

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

$$\text{NTIR} = T_m + D_t \left( \frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}} \right)$$

$$\text{NTIR} = 17 + 1 \left( \frac{604,61}{604,61 + 58,16} \right)$$

<b>NTIR = 17,91%</b>
----------------------

<b>TIR DEL PROYECTO = 23,10%</b>
----------------------------------

### 1. DIFERENCIA DE TIR

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif.Tir.= 5,19%

### 2. PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) \*100

% Var. = 22,46%

### 3.SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0,972**

- **Análisis de sensibilidad con el incremento del 11,20% en los costos**

El cuadro N°100 señala que con un incremento en los costos del 11,20% el estudio presenta un coeficiente de sensibilidad de 0,943, dicho valor significa que el proyecto soporta hasta dicha variación.

- **Análisis de sensibilidad con la disminución del 9,00% en los ingresos.**

El cuadro N° 101 muestra que con una disminución en los ingresos del 9,00% el proyecto tiene un coeficiente de sensibilidad de 0,972; este valor expresa que la variable de ingresos del estudio puede soportar una reducción hasta dicha variable.

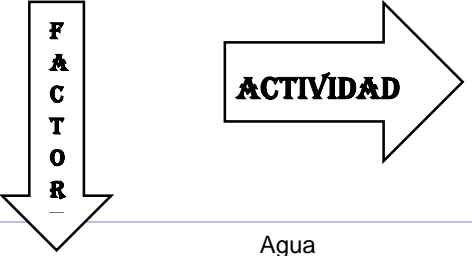
#### **6.2.6. Estudio de impacto ambiental**

La matriz de Leopold es una herramienta muy importante al momento de calificar los impactos tanto positivos como negativos que existen en el área de estudio.

A continuación se presenta la Matriz de Leopold Causa- Efecto tanto cualitativa como cuantitativa, mismas que permitieron identificar de manera sencilla los problemas ambientales que pudiera tener y por ende darles las debidas soluciones.



Cuadro N° 102 Matriz cualitativa de Leopold para la finca “Romerillos” del cantón Chaguarpamba

Factores Ambientales		Etapa de construcción			Etapa de operación y mantenimiento				Etapa de cierre
		Nivelación del terreno	Excavaciones	Construcción de infraestructura	Descargas líquidas	Desechos orgánicos e inorgánicos	Prestación de servicios - Mantenimiento de	Realización de actividades turísticas	Traslado de escombros
Medio Físico	Agua					X	X		
	Suelo	X	X	X	X		X	X	X
	Aire	X	X	X	X	X	X		
	Paisaje		X	X	X			X	
Medio Biótico	Flora							X	
	Fauna							X	
Socioeconómico	Mejoramiento de la calidad de la población	X	X	X	X	X	X	X	X
	Sensibilización del turista							X	
	Desarrollo del turismo en la zona						X	X	
	Generación de fuentes de empleo	X	X	X	X		X	X	X

Fuente: La autora

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

Cuadro N° 103 Matriz de Evaluación Causa-Efecto de Leopold

Factores Ambientales	Actividad	Etapa de construcción			Etapa de operación y mantenimiento				Etapa de cierre	PROMEDIO POSITIVOS	PROMEDIO NEGATIVOS	IMPACTOS SUBCOMPONENTES	IMPACTOS POR COMPONENTES	IMPACTO TOTAL DEL PROYECTO
		Nivelación del terreno	Excavaciones	Construcción de infraestructura	Descargas líquidas	Desechos orgánicos e inorgánicos	Prestación de servicios - Mantenimiento	Realización de actividades turísticas	Traslado de escombros					
Medio Físico	Agua					-2/1	-1/1			0	2	-3	-35	15
	Suelo	-1/1	-2/2	-2/2	-1/1		-2/1	-2/2	-1/1	0	7	-17		
	Aire	-2/1	-2/2	-2/2	-1/1	-1/1	-1/1			0	6	-13		
	Paisaje			-2/1	-1/1	1/1			2/2	2	2	-2		
Medio Biótico	Flora							-1/1		0	1	-1	-2	
	Fauna							-1/1		0	1	-1		

<b>Socioeconómico</b>	Mejoramiento de la calidad de la población	2/2	2/2	2/2	1/1	-1/1	2/2	2/2	1/1	7	1	21	52
	Sensibilización del turista							1/1		1	0	1	
	Desarrollo del turismo en la zona						2/2	2/2		2	0	8	
	Generación de fuentes de empleo	2/2	2/2	2/2	1/1		2/2	2/2	1/1	7	0	22	
<b>PROMEDIOS POSITIVOS</b>		2	2	2	2	1	3	4	3	19			
<b>PROMEDIOS NEGATIVOS</b>		2	2	3	3	3	3	3	1		20		
<b>PROMEDIOS ARITMETICOS</b>		-1	0	-2	-1	-3	8	7	5			15	

Fuente: La autora

Elaborado: Paola Nathaly Poma Curimilma

## **Análisis de la Matriz de Leopold, aplicada a la finca Romerillos**

La finca cafetalera Romerillos cuenta con impactos ambientales que da un total de 15 puntos lo que significa que el impacto es de carácter moderado por lo cual se creyó conveniente elaborar medidas que permitan mitigar los mismos, a pesar que es un lugar que está muy cerca del cantón, posee en gran medida de vegetación la cual se pretende manejar de tal forma que se conserve. La matriz de Leopold es una herramienta que permite calificar tanto cualitativa como cuantitativamente los impactos de un proyecto.

### **Medidas de mitigación**

Se consideró las diferentes etapas por las que pasara el proyecto las mismas que son: ETAPA DE CONSTRUCCION, ETAPA DE OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO Y LA ETAPA DE CIERRE.

- El diseño de la construcción está basado en calidad, seguridad y comodidad para los turistas.
- La generación de descargas liquidas ocupara un espacio determinado para su posterior tratamiento.
- En tanto a los residuos orgánicos serán ocupados dentro de la finca ya que sirven de abono para las plantas, por otro lado los desechos inorgánicos serán reciclados con el fin de ser transportados en los carros recolectores del cantón.
- Para el ingreso al restaurante ya sean estos turistas o personas del cantón se dispondrá de letreros que permitan informar de lo que se debe y no se debe hacer dentro del sitio.
- En cuanto a los turistas antes del recorrido se dará unas breves reglas de los que se debe y no se debe hacer durante el recorrido esto con la finalidad de evitar accidentes para el turista como para la vegetación.

### **6.3. SOCIALIZACION DEL PLAN DE NEGOCIO DE LA FINCA “ROMERILLOS” DE LA PARROQUIA DE CHAGUARPAMBA, CANTÓN CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA.**

Para el desarrollo de este objetivo se clasifico en tres fases importantes como son:

#### **6.3.1. Convocatoria**

Para la socialización del presente proyecto de investigación se realizó el respectivo oficio al Sr. Manuel Romero, dueño de la finca; como también a la Ing. Genny Campoverde, Coordinadora de turismo. La fecha de la socialización fue el jueves 13 de diciembre del 2016 a las 9:00 de la mañana en el salón de la coordinación de la prefectura de Loja.

#### **6.3.2. Socialización**

Para la presentación de los resultados fue necesario el respectivo registro de asistencia. Por otro lado, la presentación de las temáticas se desarrolló en diapositivas coloridas que permitían visualizar perfectamente cada parte del proyecto de investigación, los temas a tratar son:

- Título
- Problemática
- Diagnóstico del estado actual de la finca “ROMERILLOS”, parroquia Chaguarpamba, Cantón Chaguarpamba, provincia de Loja.
- Propuesta del Plan de Negocios para la finca “Romerillos” de la parroquia Chaguarpamba, Cantón Chaguarpamba, Provincia de Loja.

### 6.3.3. Resultados de la socialización

Al culminar con la socialización se dio paso a preguntas y sugerencia dadas por los presentes.

- El proyecto es atractivo por lo que indica será desarrollado de a poco en la finca.
- Considera que este proporcionara fuentes de empleo.
- Este trabajo realizado con ayuda de la prefectura ha sido una gran oportunidad para personas que quiera invertir en el área turística, además brinda la oportunidad de conocer mucho más los hermosos rincones que posee nuestra provincia.
- Se recomienda acoplar tanto la misión como la visión a la parte productiva que tiene la finca.

## 7. DISCUSION

Para el desarrollo de la presente investigación fue necesario la utilización de varios métodos entre ellos el método histórico este ayudo a obtener la información necesaria y precisa del lugar y así conocer además su situación actual.

Por otro lado el método sintético permite construir la información a base de varios elementos entre ellos libros, páginas web, revistas entre otros medios, así como también las fichas de inventario de atractivos turísticos para construir la información de los lugares que poseen interés turístico tanto en el cantón como en el lugar de estudio, así mismo la realización de las encuestas necesarias para conocer gustos y preferencias de los visitantes, también se realizó entrevistas estas fueron con la finalidad de conocer expectativas acerca del proyecto y demás.

Se empleó el método deductivo e inductivo ya que una vez obtenida la información se pudo analizar las necesidades de la población en cuanto a un espacio de esparcimiento, es por ello que se desarrollaron objetivos estratégicos mismos que buscan potenciar las cualidades del lugar de estudio así como también permitir el desarrollo tanto turístico como productivo.

Por otro lado, se realizó el estudio financiero mismo que proporciono cuan factible es el proyecto, analizando varios indicadores como inversión, financiamiento, punto de equilibrio, valor actual neto, tasa interna de retorno, periodo de recuperación de capital, análisis de sensibilidad.

Para finalizar la socialización se utilizó el método MARPP, este permitió brindar la socialización en sus tres etapas la cuales fueron la convocatoria, socialización, y los resultados de la socialización, además de las conclusiones y recomendaciones al final de la participación estas fueron muy motivadoras y felicito la realización del proyecto.

## 8. CONCLUSIONES

Luego de haber terminado el presente proyecto de investigación y basándome en los resultados obtenidos se puede concluir:

- La creación de productos turísticos en la finca Romerillos será de gran fortalecimiento para el cantón ya que se conocerá lugares que contienen gran potencial tanto en turismo como en actividades productivas como el café.
- Con respecto al estudio de mercado, se obtuvo que existe un volumen de demanda insatisfecha de 6.739, en cuanto se refiere a los servicios de restaurante y de paquetes turísticos. Además determino que la capacidad utilizada por restaurant será del 71% y del paquete turístico es de 19% respecto de la capacidad instalada que es al 100%.
- La inversión total de los activos fijos, activo circulante y activo diferido es de \$ 28.261,39 que se requiere para implementar la empresa. Los ingresos determinan para el primer año el valor de producción es de \$ 77.900,51.
- En el análisis financiero el Valor Actual Neto de \$ 9.018,46 ; Tasa Interna de Retorno de 23,10%; Relación Beneficio - Costo es de 1,25 por cada dólar invertido la empresa gana 0.25 centavos de dólar; Periodo de Recuperación de Capital es de 1 año, 1 meses; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 11,20% dando un total del 0.943 y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 9,00% dando un total del 0.972 por lo cual el proyecto es factible
- Por otro lado los resultados de la socialización fueron que el proyecto se considera atractivo y a la vez contribuirá al crecimiento tanto productivo como turístico al cantón Chaguarpamba.
- Además que la inversión es muy buena y que desea irlo haciendo de a poco, así como también considero que la capacitación fue un punto muy interesante y valioso en el proyecto



## 9. RECOMENDACIONES

- Se recomienda al gerente de la finca Romerillos continuar con las capacitaciones en atención al cliente como en guianza a todos los colaboradores de la finca para brindar una mejor atención y servicio al cliente.
- Motivar a instituciones educativas y a la población en general, mediante programas de apoyo al desarrollo empresarial brindados por parte del departamento de turismo del cantón Chaguarpamba, y así propiciar la generación de fuentes de trabajo que incidan positivamente en la economía del país.
- Se recomienda a los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja la realización de senderización y señalética en la finca con el fin de mejorar el direccionamiento de cada lugar y el turista llegue con facilidad.
- Además se recomienda al Gerente de la finca Romerillos realizar seguimientos económicos en la actividad de la finca con el fin de conocer el crecimiento de la misma. Así también mejorar la capacidad de producción y poder cubrir una mayor demanda de mercado.
- Se recomienda al señor Manuel Romero propietario de la finca Romerillos aprovechar la demanda que posee y seguir cada uno de las variables que se estudiaron para el caso.

## 10. BIBLIOGRAFIA

- Balanko, G. (2007). Como preparar un plan de negocios exitoso. Mexico: Mcgraw-hill.
- Giraldo, C. (2010). Manual para la Elaboracion de un Plan de Negocios. Bogota: Puntoaparte.
- Munch, L. (2006). Planificacion Estrategica. Madrid: Trillas.
- Quijano, C. R. (2009). Manual para el Diagnostico Turistico Local.
- Rojas, H. (2000). Estrategias FA, FO, DA, DO. Perú.
- Sampieri, R. C. (2006). METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION. Mexico: McGraw Hill.
- Soriano, C. (2010). Marketing Mix. Italia: RGPymes.
- Unidas, O. M. (2007). Turismo y Religiones. Conferencia de Córdoba, (pág. 5). Córdoba.
- Universidad Nacional de Loja (2010). FORMULACIÓN, ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS TURÍSTICOS. Loja: editorial Universitaria.
- Antonio Escobar. (2014). MARKETING TURISTICO. Madrid: Síntesis.
- Cesar Jaramillo, (2013). GUÍA PARA LA REDACCIÓN Y PUBLICACIÓN DE TRABAJOS CIENTÍFICOS QUE SE GENERAN EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA. Segunda edición, Loja.
- Luther William, (2008). EL PLAN DE MERCADEO, Bogotá, Casa Editorial Norma.
- Justin, L. (2012). Administracion de Pequeñas Empresas. Mexico: OVA.

## WEB

- Yarikka. (29 de Noviembre de 2012). *Plantilla Awesome Inc.* Obtenido de <http://tiposdeturismo.blogspot.com/>
- Váquiro, J. D. (23 de Febrero de 2010). *PYMES FUTURO*. Obtenido de PYMES FUTURO: <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>
- Turismo, O. M. (Octubre de 2008). *World Tourism Organization Network*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Nunes, P. (30 de Diciembre de 2015). Obtenido de know.net: <http://know.net/es/cieeconcom/gestion/capacidad-instalada/>
- Plandetur. (2015). *PLANDETUR 2020*. Obtenido de ministerio de turismo: <http://www.ecostravel.com/ecuador/plandetur2020/2020-45.html>
- Puente, W. (2001). *Tecnicas de Investigación*. Obtenido de RRPPnet: <http://www.rrppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>
- Mendez, N. (22 de Octubre de 2014). Obtenido de slideshare.net: <http://es.slideshare.net/nahielymenez/turismo-de-aventura-40578878>
- Mendoza, C. (20 de Noviembre de 2008). *Turismo Gastronomico*. Obtenido de <http://www.imujer.com/mundo/2008/11/20/turismo-gastronomico>
- Córdova, J. E. (29 de Enero de 2010). *Guianza*. Obtenido de El Guia de Turismo: <http://turismoyguianza.blogspot.com/2010/01/conceptualizacion-basica-de-la-omt.html>
- Eliane. (2008). *Turismo Científico*. Obtenido de <http://tourcientifico.blogspot.com/>

## **11. ANEXOS**

### **Anexo N° 1 Anteproyecto**

#### **1. TEMA**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA “ROMERILLOS” DE LA PARROQUIA CHAGUARPAMBA, CANTON CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA”**

#### **2. PROBLEMÁTICA**

El Ecuador es un país que cuenta con una inigualable riqueza tanto natural como cultural, cuenta con cuatro regiones las mismas que esconde una variedad de lugares para visitar desde las majestuosas islas Galápagos, las playas en la costa, los volcanes en la sierra, la variada flora y fauna de la amazonia son lugares que sin duda dejaran a más de uno con las ganas de regresar.

La provincia de Loja cuenta con 16 cantones que poseen una variedad de atractivos entre ellos está el cantón Chaguarpamba se encuentra a una distancia de 117 kilómetros rodeado de paisajes hermosos donde se guarda secretos ancestrales, historias y leyendas. El exquisito sabor del café de Chaguarpamba es el aliciente principal que motiva a los turistas llegar a este cantón.

Al menos el 80% de la población vive de la producción de este fruto, pero el turismo es otra de sus fortalezas. Sitios como Las Juntas, la cascada San Francisco, entre otros lugares naturales son un incentivo a conocerlos, sumado a ello la típica gastronomía, hacen de este cantón un espacio por descubrir.

El cantón cuenta con parroquias tales como: Amarillos, Buena Vista, El Rosario, Santa Rufina y Chaguarpamba en este último se encuentra la Finca “Romerillos” que tiene alrededor de dos años y está dedicada en su

totalidad a la producción de café, y fue en un principio adquirida como un espacio para el disfrute familiar, de ahí surge la idea por parte del propietario de convertir este lugar en un espacio donde el visitante pueda vacacionar y conocer además del proceso de café, combinando estos con los atractivos que posee el cantón.

Por esta razón a pesar de contar con exuberantes paisajes se ha podido detectar algunos problemas, como la ausencia de apoyo por instituciones financieras, causado por que la población se dedica netamente a la agricultura teniendo como consecuencia la falta de financiamiento para emprender en proyectos turísticos, también el desconocimiento por parte del propietario en la actividad turística, debido a que no conocen la rentabilidad económica que da la actividad turística, provocando que no hayan ingresos para la finca. También, La carencia de capacitación para el desarrollo de productos turísticos ya que tienen poca difusión y poco personal capacitado en temas turísticos dentro de la zona que permita motivar a los viajeros, conocer y disfrutar, y la poca importancia por parte de la ciudadanía para emprender en nuevos negocios turísticos dando como resultado la falta de fuentes de trabajo en este ámbito; por todo lo antes mencionado se ha determinado que el problema central es que no cuenta con productos turísticos para el desarrollo socioeconómico de la finca “ROMERILLOS”

Por lo cual se ha creído conveniente desarrollar el siguiente tema de investigación: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA “ROMERILLOS” DE LA PARROQUIA CHAGUARPAMBA, CANTON CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA”**. El mismo que contribuirá al desarrollo turístico.

### **3. JUSTIFICACION**

#### **a. Justificación académica**

Formar parte de la universidad nacional de Loja, siendo estudiante de la carrera de Administración turística nos motiva a capacitarnos de tal forma que nos permita asistir a la sociedad en cualquier inconveniente que a futuro se presente, por lo tanto, es importante cumplir con la investigación con el fin de reforzar nuestro conocimiento y poder desempeñarnos mejor como profesionales en el ámbito turístico.

#### **b. Justificación económica**

La situación financiera ha afectado de manera considerable a varios sectores, debido a que las autoridades no han dado un sustento económico necesario para priorizar el turismo, de tal manera que se puedan brindar fuentes de trabajo en este ámbito; por lo que se ha creído conveniente realizar un plan de negocios con el propósito de mejorar tanto los ingresos de las familias y brindar una mejor calidad en los productos turísticos.

#### **c. Justificación social**

La investigación servirá para que este sitio se desarrolle en turismo recibiendo turistas no solo de la localidad sino también externo de tal manera que se contribuya y mejore la calidad de vida de la población. A sí mismo el desarrollo de la investigación buscara incentivar, profundizar y promocionar los servicios turísticos que se intenta implementar para los turistas y clientes que visiten la misma. Además, servirá de motivación para la sociedad en general que deseen emprender en proyectos turísticos o realizar actividades empresariales de esta naturaleza.

#### **d. Justificación Turística**

La parroquia de Chaguarpamba tiene importancia turística debido a sus relevantes atractivos tanto naturales como culturales los mismos que no

cuentan con una promoción necesaria, por lo que se cree primordial se convierta en un lugar donde el visitante pueda permanecer y disfrutar del bello paisaje natural y de actividades de esparcimiento.

El turismo requiere de capacitaciones y de financiamiento que permita a la sociedad contribuir con el desarrollo dentro del cantón en el ámbito turístico por lo que es importante que se difundan y se le dé el realce que merece.

#### **4. OBJETIVOS**

##### **Objetivo General**

Elaborar un plan de negocio para el diseño de un producto turístico para la finca “Romerillos” de la parroquia Chaguarpamba, cantón Chaguarpamba, Provincia de Loja.

##### **Objetivo específico**

1. Realizar un diagnóstico del estado actual de la finca “ROMERILLOS”, parroquia Chaguarpamba, Cantón Chaguarpamba, provincia de Loja.
2. Proponer un Plan de Negocios para la finca “Romerillos” de la parroquia Chaguarpamba, Cantón Chaguarpamba, Provincia de Loja.
3. Socializar el Plan de Negocio con el propietario de la finca “ROMERILLOS” de la parroquia de Chaguarpamba, Cantón Chaguarpamba, Provincia de Loja.

## **5. MARCO TEORICO**

### **5.1. Marco conceptual**

#### **5.1.1. Turismo**

- a. Tipos de Turismo

#### **5.1.2. Producto Turístico**

#### **5.1.3. Recurso Turístico**

#### **5.1.4. Diagnostico Turístico**

#### **5.1.5. Plan de negocios**

- 5.1.5.1. Estructura de plan de negocios

- 5.1.5.2. Importancia del plan de Negocios

#### **5.1.6. Demanda**

- a. Tipos de Demanda

#### **5.1.7. Oferta**

#### **5.1.8. Marketing Mix**

- a. producto
- b. precio
- c. distribución
- d. Promoción

#### **5.1.9. Capacidad Instalada**

#### **5.1.10. Análisis FODA**

### **5.3. Marco referencial**

- 5.3.1. Antecedentes Parroquia – Cantón.

- 5.3.2. Descripción de la Finca.

- 5.3.3. Ubicación.

- 5.3.4. Macro y micro Geo Referenciación.

- 5.3.5. Gobernanza



## **6. METODOLOGIA**

### **6.3. Metodología**

#### 6.3.1. Método inductivo

Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación. (Sampieri, 2006)

#### 6.3.2. Método deductivo

Es un método científico que considera que la conclusión se halla implícita dentro las premisas. Esto quiere decir que las conclusiones son una consecuencia necesaria de las premisas: cuando las premisas resultan verdaderas y el razonamiento deductivo tiene validez, no hay forma de que la conclusión no sea verdadera. (Sampieri, 2006)

#### 6.3.3. Método Descriptivo

También conocida como la investigación estadística, describen los datos y características de la población o fenómeno en estudio. Responde a las preguntas: ¿quién, ¿qué, ¿dónde, por qué, ¿cuándo y cómo? (Sampieri, 2006)

#### 6.3.4. Método Histórico

Consiste en el estudio de la realidad a partir del análisis de la sucesión de hechos y fenómenos que se dan en determinados periodos históricos o etapas del desarrollo. Este método toma muy en cuenta el análisis de los antecedentes, las causas y consecuencias de esos hechos. Gracias a este método podemos conocer y evaluar la evolución de determinados problemas económicos y sociales, así como proveer sus tendencias

futuras. Permite un análisis dinámico de los problemas en decir en su movimiento, en su devenir. (Sampieri, 2006)

#### 6.3.5. Método Sintético

Es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve, en resumen (Sampieri, 2006)

#### 6.3.6. Método de análisis rápida y planificación participativa

Es un proceso de aprendizaje intensivo, iterativo y rápido, establecido para entender unas situaciones específicas. Este método usa pequeños grupos multidisciplinarios y una gran diversidad de medios, herramientas y técnicas para recoger informaciones. (Sampieri, 2006)

### **6.4. Técnicas**

#### 6.4.1. Observación Directa

Es aquella donde se tienen un contacto directo con los elementos o caracteres en los cuales se presenta el fenómeno que se pretende investigar, y los resultados obtenidos el mayor número de datos del atractivo (Puente, 2001).

#### 6.4.2. La Entrevista

Es una técnica formal que se la realización el fin de obtener información valiosa tanto de la parroquia como del atractivo, se realizara una entrevista al presidente de gobierno autónomo descentralizado (Puente, 2001)

#### 6.4.3. Análisis FODA

El FODA lo podemos definir como una herramienta de análisis estratégico, que permite analizar elementos internos y por tanto controlables, tales como fortaleza y debilidades, además de factores externos a la misma y

por tanto no controlables, tales como oportunidad y amenazas del sitio (Puente, 2001).

#### 6.4.4. La encuesta

Una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población (Puente, 2001).

### **6.5. Metodología por objetivos**

Para el cumplimiento del primer objetivo: **Realizar un diagnóstico del estado actual de la finca “ROMERILLOS”, parroquia Chaguarpamba, Cantón Chaguarpamba, provincia de Loja.**

Para este objetivo se empleará el método Histórico que permitirá obtener información precisa y analizar la misma con la finalidad de conocer la situación actual de la finca.

Así como también el método sintético permitirá obtener información de libros, páginas web y demás fuentes bibliográficas que sean relacionadas con el tema con la finalidad de conseguir información confiable del sitio.

Se emplearán las fichas de inventario (MINTUR) de los atractivos que se encuentran en de la Finca para la recopilación de información utilizando aquí la técnica de observación directa, La misma que dará una perspectiva más clara del estado actual de estos, esta información servirá para realizar el análisis FODA del sector.

Además, la información se obtendrá mediante encuestas realizadas a base del método descriptivo ya que este método es ideal para describir datos y características más precisas de la población las mismas que serán ejecutadas a los cantones Chaguarpamba y Loja, así como también

entrevistas al propietario, trabajadores de la finca y demás personal vinculado a esta actividad el cual permitirá conocer pro y contras que se tomaran en cuenta para el mejoramiento del lugar.

Para el desarrollo de las encuestas se tomará la muestra de la población de los cantones realizando una proyección hasta el 2015 para obtener una muestra más actual.

### Cuadro de Proyecciones de la Población Económicamente Activa

Cantón	Habitantes	Tasa de Crecimiento	Año	Proyección
<b>Chaguarpamba</b>	2.719	-1.23%	2011	2686
			2012	2653
			2013	2620
			2014	2588
			2015	2556

Fuente: Datos del PDOT 2015

Elaboración: Paola Poma

### Cuadro de turistas que ingresan a la Ciudad de Loja

Cantón	Año	Turistas
<b>Loja</b>	2015	2.899

Fuente: Datos del ITUR Loja

Elaboración: Paola Poma

El Total de la población es de 16.065 de la cual se tomará la muestra para las encuestas:

Reemplazando:

z: nivel de confianza 1.96

q: probabilidad de favor 0.5

p: probabilidad en contra 0.5

N: universo

e: margen de error de estimación (0.05)

Desarrollo de la formula:

$$n: \frac{z^2 * p * q * N}{Ne^2 + (z^2 * p * q)}$$

$$n: \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 5,789}{5,789 * (0,05)^2 + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n: \frac{1,9208 * 2894,5}{14,4725 + 0.9604}$$

$$n: \frac{5559,7556}{15.4329}$$

$$n = 360,25 \quad n = 360 \text{ encuesta}$$

Para el cumplimiento del segundo objetivo: **Proponer un Plan de Negocios para la finca “Romerillos” de la parroquia Chaguarpamba, Cantón Chaguarpamba, provincia de Loja.**

Para este objetivo se tomará en cuenta el método deductivo e inductivo, ya que con la información obtenida de las encuestas y de las entrevistas permitirá conocer las necesidades de la población de un lugar de esparcimiento, además de conocer el rango de aceptación en nuevos proyectos turísticos y demás información relevante y necesaria con el fin de mejorar el lugar y adaptarlo.

También, se empleará el estudio administrativo Este estudio mostrará los elementos administrativos tales como la planeación estratégica, las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado; así como el estudio técnico en el cual se realizará un análisis del proceso de producción dentro de la finca y financiero para conocer los gastos y el monto de la inversión necesario para el proyecto.

Para el cumplimiento del tercer objetivo: **Socializar el Plan de Negocio con el propietario la parroquia de Chaguarpamba, Cantón Chaguarpamba, Provincia de Loja.**

se aplicará el método MARPP que permitirá socializar el trabajo de investigación como primer punto se hará una agenda de socialización y la respectiva convocatoria; como segundo punto el conversatorio con el propietario, autoridades del consejo provincial con el fin de obtener algunos puntos de vista respecto al proyecto.

## 7. CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Propuesta de las líneas de investigación y conformación de grupos de trabajo			X	X	X															
Elaboración del Proyecto de Tesis					X	X														
Recolección de Información Trabajo de campo Aplicación de encuestas							X	X	X	X										
Presentación del Primer Objetivo											X									
Revisión del primer Objetivo												X								
Cumplimiento del Segundo Objetivo													X	X	X					
Presentación del Segundo Objetivo																X				
Revisión del Tercer Objetivo																	X			
Presentación del borrador de tesis																		X	X	

## 8. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

### 8.3. Recursos Humanos

La investigación estará a cargo de la aspirante a Ingeniera en Administración Turística y por el Director de Tesis.

#### 8.4. Recursos Materiales

<b>PRESUPUESTOS</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>EQUIPO TECNICO</b>		
Cámara fotográfica	300.00	300.00
Grabadora	150.00	150.00
Flash memory	20.00	20.00
	TOTAL	470.00
<b>LOGISTICA</b>		
Alimentación	2.25	56.25
Transporte	4.00	100.00
Alojamiento	10.00	250.00
	TOTAL	406.25
<b>SUMINISTRO DE OFICINA</b>		
Resma de papel	4.00	8.00
Esferográficos	0.35	2.10
Copias	0.01	25.00
Impresiones	0.10	25.00
Cuadernos	0.80	2.40
Carpetas	0.45	0.90
	TOTAL	63.40
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>939.65</b>
	<b>IMPREVISTOS 5%</b>	<b>46.98</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>986.63</b>

#### 8.5. Financiamiento

El financiamiento del presente proyecto será de novecientos ochenta y cuatro con sesenta y cinco centavos el mismo que será cubierto por la tesista.



## **Anexo Nº 2 Encuesta piloto**

Estimado/a Señor/ra:

Con el fin de contribuir con el desarrollo turístico del cantón, se busca recoger la información más relevante del mismo, por esta razón; Solicito a usted de la manera más comedida se digne responder las preguntas ya que su opinión es de suma importancia para el desarrollo de la presente Trabajo de investigación.

**Edad** ..... **Nacionalidad**.....

**Sexo** ..... **Ocupación**.....

**1. ¿Conoce usted los atractivos turísticos de la parroquia Chaguarpamba?**

**SI ( )                      NO ( )**

**2. ¿Con que frecuencia visita los atractivos turísticos de la parroquia Chaguarpamba?**

.....  
.....

**3. ¿Conoce Usted las Fincas Cafetaleras del cantón Chaguarpamba?**

.....  
.....

**4. ¿Cómo califica el desarrollo cafetalero de la parroquia Chaguarpamba?**

.....  
.....

**5. ¿Conoce usted una Finca en la parroquia Chaguarpamba donde se realiza Turismo?**

.....  
.....

**6. ¿Estaría usted interesado en conocer la Finca Cafetalera “Romerillos”?**

.....  
.....

**7. ¿Con que frecuencia visitaría usted la finca cafetalera?**

.....  
.....

**8. ¿En qué temporada usted visitaría la finca?**

.....  
.....

**9. ¿Con quién visitaría la Finca?**

.....  
.....

**10. ¿Con cuantas personas visitaría la Finca?**

.....  
.....

**11. ¿Qué tipo de actividades le agradaría realizar dentro de la finca?**

.....  
.....

**12. ¿Qué tipo de servicios turísticos considera usted que se pueden implementar dentro de la Finca?**

.....  
.....

**13. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar cuando haga su visita a la Finca?**

.....  
.....

**14. ¿Qué días usted considera serían ideales para visitar la finca?**

.....  
.....

**15. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría informarse sobre la Finca cafetalera “Romerillos”?**

.....  
.....

**16. ¿Cómo le gustaría se promocione a la Finca cuando la visite?**

.....  
.....

**17. ¿Usted considera que la Finca agro cafetalera podría aportar al desarrollo turístico de la Parroquia?**

.....  
.....

**18. Su opinión es muy valiosa y me agradecería conocer sus sugerencias, con el fin de contribuir con el desarrollo turístico de la finca.**

.....  
.....

**Gracias por su colaboración**

## **Anexo Nº 3 Entrevistas**

### **Entrevista Nº 1 Dirigida al Señor Manuel Romero**

#### **1. Reseña Histórica de la Finca “Romerillos”**

Nosotros compramos la propiedad hace dos años la idea surgió de tener nuestros propios cafetales de hecho mi familia tiene cafetales en la parte baja de la parroquia, había conversado con mi esposa de tener sus propios cafetales, pero con variedades establecidas sembramos por fases o por hectáreas de café y se siembra una hectárea una variedad es por eso que se ha logrado sembrar tecnicada mente, esa ha sido una variante que hemos manejado a diferencia de otras fincas.

#### **2. Que actividades se desarrollan en su finca**

Estamos dedicados plenamente a la fase de producción de café y se está trabajando con empresas privadas para desarrollar nuevas tecnologías que se están aplicando en otros lugares por ejemplo el tema de reproducción de café en Gifis, estamos haciendo pruebas piloto el tema de fertilización orgánica con una empresa privada AGRINOVA, pero netamente estamos dedicando al café, pero además lo que más me gusta el tema de caballos y siempre estamos entrenándolos por lo menos una vez por semana, actualmente tenemos un caballos grande dos yeguas y un potro de nueve meses; pero estamos pensando que cuando se apruebe el proyecto turístico más adelante se adquirirán tres yeguas más para dar el servicio de cabalgatas si el proyecto turístico se diera.

#### **3. De acuerdo a su criterio. ¿Cuáles son los aspectos más relevantes para el desarrollo turístico de su Finca?**

El turismo está orientado en el tema cafetalero, entonces las fortalezas es una finca que es técnicamente diseñado con sembríos que ya son manejados de forma técnica, el paisajismo que muestra la finca también es muy muy bonito estamos en la parte alta donde se puede apreciar

básicamente todo el cantón e inclusive en la noche es espectacular ver la iluminación de los cantones vecinos como son Zaruma, Portovelo que están en el otro lado, además del bosque primario que poseemos, siendo eso lo que nos motivó al tema de turismo aprovechando las bondades naturales con las que cuenta la finca de momento, entonces lo que tenemos que hacer ir modificando, adecuando todas esas bondades naturales mediante la intervención de la mano humana para que esto sea más elegante y bonito para que la gente pueda ir a visitar.

#### **4. ¿Cuenta usted con atractivos dentro de la finca para exponerlos turísticamente?**

Desde luego en primer lugar el café como hemos planteado es la ruta del café mostrar la parte primaria del café, la producción de café por ejemplo dependiendo la época del año ahora estamos próximos a poner la germinación del café en agosto a más tardar se pone a germinar semilla para que esté lista y sembrarla en enero es así que esas fases también se podrían considerar dentro de la ruta, porque mucha gente consume café pero no sabe de dónde viene, ahora ya tenemos plantas sembradas de un año y si no pasa nada ya las plantas para el próximo año ya están produciendo, entonces podemos indicar el proceso en sí, aparte por supuesto de los atractivos, la vista y el paisaje; igual estamos a un kilómetro del centro de Chaguarpamba y se puede mostrar al turista los atractivos con los que cuenta el cantón.

#### **5. Cuáles son las dificultades de la Finca**

Dentro de las dificultades podría ser que no estén adecuados los accesos, las vías, pero aprovechando el verano se ha pensado pasar una capa de lastre, para que quede de una manera aceptable para poder subir en invierno y verano sin ningún inconveniente, además que si no se reforesta el caudal de agua podría bajar, es por eso que se están sembrando de manera responsable árboles para poder mantener el caudal de agua.

**6. Según su opinión. Cree que la finca tiene potencial turístico**

Indudable yo creo que toda finca que se esté proyectando puede tener potencial dependiendo de cómo se esté manejando, pero la cuestión es la inversión, es sumamente importante; pero creo que mi finca tiene un potencial enorme.

**7. De acuerdo a su opinión. Que productos usted considera harían falta para que la finca se desarrolle turísticamente**

Hemos conversado de esto con personas que me están asesorando, el hecho de tener la casa base e incrementar los lounch y refugios se podría abrir estos abanicos de mostrar el café, cabalgatas y caminatas a la parte alta de la cordillera donde existe una vista impresionante. Combinando la finca con los atractivos del cantón.

**8. Cree que existe apoyo de las autoridades para que se convierta en potencial turístico la Finca “Romerillos”**

Ahí el interés, pero no necesariamente es apoyo depende mucho de los dueños buscando la manera para cumplir, porque estos proyectos turísticos si benefician al desarrollo del cantón, creo que sí debería haber apoyo por parte de la administración pública, pero están viendo la manera de enmarcarlo técnicamente.

**9. ¿Cuenta usted con algún presupuesto para emprender en proyectos turísticos dentro de la finca?**

Estoy trabajando con este proyecto para poder sacar financiamiento.

**10. Usted sabe cómo promocionar su Finca**

Ya que esté listo sí. Yo creo que ahora tenemos una gran ventaja con las redes sociales ya que además de servir como medio de comunicación sirve como medio de promulgación o propagación de información, en realidad no

lo había considerado, pero sería bueno tener como un local artesanal de venta o de gratitud para quienes nos visiten, un detalle pequeño pero que enamore a la gente.

### **11. Dispone de servicios básicos dentro de su Finca**

Servicios básicos como agua, luz si ya estamos casi listos. El agua si tengo hemos hecho un tanque muy grande con el cual se abastecerá a toda la finca, la luz ya con el ingeniero eléctrico en dos meses más o menos ya entra a la finca para encargarse de toda la instalación de luz.

### **12. Usted cree que la Finca cuenta con las instalaciones necesarias para el desarrollo turístico.**

Para empezar ya no. Lo que tenemos ahora es la casa base que estamos manejándola, pero creo que para el otro año ya estaríamos completos ya que todo es un proceso.

### **13.Cuál es la época en la que le usted considera seria apropiada para que visiten la finca.**

Depende del gusto del cliente, por ejemplo, la época de verano en la que estamos ahora (Julio) si bien es cierto es un poco caliente, un clima muy aceptable se puede hacer cabalgatas sin ningún problema, se puede visitar otros lugares, pero por ejemplo en invierno que es donde se llevan más labores agrícolas se hace desglose de maleza entre otras cosas, además se le podría mostrar a la gente el entrenamiento que se realiza con los caballos.

### **14. Qué periodo considera que no sería el apropiado para que turistas visiten su Finca**

No creo que exista una época que no sea apropiada y que depende mucho de lo que busca el cliente, lo principal seria acondicionar bien el lugar para las necesidades que este requiera.

**15. Para finalizar considera usted que un plan de negocios servirá para el mejoramiento del desarrollo turístico de la Finca “Romerillos”.**

No solo de la finca, así como lo estamos planteando va a beneficiar no solo al cantón Chaguarpamba, sino que vamos a servir de modelo de negocio para que otros emprendan también. Y se dinamice la economía no solo de mi finca sino del pueblo en general.

**Entrevista N° 2 Dirigida a la Ingeniera Nubia Sánchez**

**1. Que actividades usted desarrolla en la Finca “Romerillos”**

Ahí lo que estamos haciendo como proyecto es dar seguimiento y asesoría técnica especialmente al señor Manuel Romero y a las personas que trabajan ahí se le dan las especificaciones técnicas los métodos y las formas de hacerlo, si tiene que aplicar dosis como hacerlo y que productos para luego dar un seguimiento y conocer qué resultados estamos obteniendo con eso, la periodicidad del seguimiento es cada quince días, por lo menos al mes subo a la finca dos veces.

**2. De acuerdo a su criterio. ¿Cuáles son las fortalezas que considera usted hay en la Finca?**

La finca tiene mucha potencialidad, principalmente por la ubicación que tiene esa sería una fortaleza muy buena, ya que al subir a la parcela se puede divisar prácticamente todo el cantón Chaguarpamba. En cuanto a producción estamos a más de 1400, los cafés son de especialidad, se están manejando tres variedades lo que es Geisha, Catuai y la Sarchimoro.

**3. De acuerdo a su criterio. ¿Cuáles son las debilidades que considera usted hay en la Finca?**

En la finca no le veo mayores debilidades cuenta con todas las potencialidades para ofrecer un turismo adecuado.



**4. Usted cree que la Finca cuenta con las instalaciones necesarias.**

De lo que yo he podido ver Manuel poco a poco ya ha ido adecuando como por ejemplo la casa con la que cuenta o si quisiera dar una charla técnica ya cuenta con el lugar muy apropiado. Y además con todo el orden que tiene en la parcela esta adecuado.

**5. ¿Usted considera que en el cantón Chaguarpamba cuentan con personal en el ámbito turístico?**

No existe personal capacitado para servir de guías turísticos, el municipio tiene su departamento de turismo, pero todavía no están capacitados como para hacer de guías turísticos sobre todo en la ruta del café.

**6. Existe alguna inversión destinada al turismo por parte de las autoridades.**

Sí. De hecho, lo que el municipio busca es dar a conocer todos los atractivos con los que cuenta el cantón Chaguarpamba con el slogan "Chaguarpamba te enamora" lo quieren dar a conocer no solo al país sino al mundo, donde se muestran las bondades y lo que se puede ofrecer al visitar el cantón, toda esta campaña esta desde el año 2014. Pero en si para emprender en nuevos proyectos turísticos no.

**7. Para finalizar considera usted que un plan de negocios servirá para el mejoramiento del desarrollo turístico de la Finca "Romerillos".**

En realidad, si, estaríamos sentando bases para sacar el máximo desarrollo no solo de la Finca de Manuel sino me refiero a todas las fincas del cantón, ya que no existe un registro o estudio de las potencialidades con las que cuenta el cantón.

## Anexo Nº 4 Materia prima

### DESAYUNO CONTINENTAL

Ingredientes	cantidad	unidad	costo unitario	costo total
Huevos	24	Unidades	0,15	3,6
Café	1	Libra	3,5	3,5
Pan	24	Unidades	0,3	7,2
Azucar	1	libra	0,6	0,6
Jugo (mora)	3	Libras	1	3
Mantequilla	1	Frasco	1,8	1,8
Mermelada	2	Frasco	2,5	5
<b>Costo total para 24 personas</b>				<b>24,7</b>
<b>Costo total para 12 personas</b>				<b>12,35</b>

### BOLONES

Ingredientes	cantidad	unidad	costo unitario	costo total
Platano verde	20	unidades	0,33	6,6
chicharron	3	libras	1,75	5,25
huevo	24	unidades	0,15	3,6
Sal			0,15	0,15
especias al gusto			0,5	0,5
Tomate	3	libras	0,5	1,5
cebolla	3	libras	0,35	1,05
Limon	6	unidades	0,05	0,3
<b>Costo total para 24 personas</b>				<b>18,95</b>
<b>Costo total para 12 personas</b>				<b>9,48</b>

### TAMAL

Ingredientes	cantidad	unidad	costo unitario	costo total
Maiz	3	libra	1,5	4,5
Pollo	2	libra	1,6	3,2
Arveja	2	libra	1,25	2,5
Zanahoria	2	libra	0,75	1,5
Mantequilla	1/2	libra	0,7	0,35
Manteca de cerdo	1/2	libra	0,65	0,325
Polvo para hornear	2	sobre	0,1	0,2
Sal			0,5	0,5
Achiote			0,25	0,25
Hojas de achira	24	unidades	0,05	1,2
<b>Costo total para 24 personas</b>				<b>14,53</b>
<b>Costo total para 12 personas</b>				<b>7,26</b>

PLATOS FUERTES

REPE

Ingredientes	cantidad	unidad	costo unitario	costo total
Guineo verde	30	Unidades	0,1	3
Arveja	4	Libras	1,25	5
Quesillo	3	Libras	2	6
Culantro	1	Manojo	0,25	0,25
Sal			0,15	0,15
<b>Costo total para 24 personas</b>				<b>14,4</b>
<b>Costo total para 12 personas</b>				<b>7,2</b>

CREMA DE TOMATE

Ingredientes	cantidad	unidad	costo unitario	costo total
Tomate	6	libras	0,5	3
Leche	1	litro	0,8	0,8
Mantequilla	1/2	libras	0,9	0,45
Harina	1	libras	0,75	0,75
Cebolla	1	libras	0,35	0,35
sal y pimienta al gusto			0,5	0,5
Pan tostado	24	unidades	0,45	10,8
<b>Costo total para 24 personas</b>				<b>16,65</b>
<b>Costo total para 12 personas</b>				<b>8,33</b>

YUCAS GRATINADAS

Ingredientes	cantidad	unidad	costo unitario	costo total
Yuca	20	libra	0,3	6
Queso	2	libra	2	4
Tocino	3	libra	2,5	7,5
Perejil	1	Manojo	0,25	0,25
Sal al gusto			0,15	0,15
Café	1	libra	3,5	3,5
Azucar	1	libra	0,6	0,6
<b>Costo total para 24 personas</b>				<b>22</b>
<b>Costo total para 12 personas</b>				<b>11</b>

MOLLOCO

Ingredientes	cantidad	unidad	costo unitario	costo total
Platano verde	25	Unidades	0,33	8,25
Huevo	15	Unidades	0,15	2,25
Manteca de cerdo	1	Libra	2	2
Cebolla	2	Libra	0,35	0,7

queso fresco	2	Libra	2	4
mani	2	Libra	1,5	3
sal al gusto			0,15	0,15
<b>Costo total para 24 personas</b>				<b>20,35</b>
<b>Costo total para 12 personas</b>				<b>10,18</b>

## POSTRES

### POSTRE NATILLA

Ingredientes	cantidad	unidad	costo unitario	costo total
Leche	6	Litros	0,8	4,8
Harina de maiz	4	Libras	0,9	3,6
Azucar	2	Kg	1,8	3,6
Canela	3	rajas	0,75	2,25
Huevos	12	unidad	0,15	1,8
Escencia de vainilla	1	Frasco	0,65	0,65
<b>Costo total para 24 personas</b>				<b>16,7</b>
<b>Costo total para 12 personas</b>				<b>8,35</b>

### POSTRE MOKA

Ingredientes	cantidad	unidad	costo unitario	costo total
Café	1	libra	3,5	3,5
Cocoa en polvo	6	cucharadas	0,32	1,92
Crema de leche	4	latas	2	8
Azucar	2	Libra	0,6	1,2
Coñac	1	copita	1	1
Ralladura de naranja			0,5	0,5
<b>Costo total para 24 personas</b>				<b>16,12</b>
<b>Costo total para 12 personas</b>				<b>8,06</b>

### PASTELITOS DE PLATANO

Ingredientes	cantidad	unidad	costo unitario	costo total
Platanos	20	unidad	0,25	5
Leche	3	litro	0,8	2,4
Harina de trigo	2	libra	0,45	0,9
Huevos	9	unidad	0,15	1,35
Aceite	2	litro	2,1	4,2
Azucar	2	libra	0,3	0,6
<b>Costo total para 24 personas</b>				<b>14,45</b>
<b>Costo total para 12 personas</b>				<b>7,23</b>

**BEBIDAS**  
**REFRESCO DE**  
**FRUTAS**

Ingredientes	cantidad	unidad	costo unitario	costo total
Leche condensada	2	Frasco	2	4
Jugo de naranja	24	Unidades	0,2	4,8
Maduro	24	Unidades	0,05	1,2
Uvas	2	Libras	1,5	3
Mango	6	Unidades	0,5	3
Hielo	1	Funda	1,95	1,95
Azucar	1	Libras	0,6	0,6
<b>Costo total para 24 personas</b>				<b>18,55</b>
<b>Costo total para 12 personas</b>				<b>9,28</b>

**CAFÉ DE LA FINCA**

Ingredientes	cantidad	unidad	costo unitario	costo total
Café	1	libra	3,5	3,5
Azucar	1	libra	0,6	0,6
<b>Costo total para 24 personas</b>				<b>4,1</b>
<b>Costo total para 12 personas</b>				<b>2,05</b>

**HORCHATA**

Ingredientes	cantidad	unidad	costo unitario	costo total
Horchata	3	fundas	0,5	1,5
Azúcar	2	libra	0,6	1,2
Limón	12	unidades	0,05	0,6
<b>Costo total para 24 personas</b>				<b>3,3</b>
<b>Costo total para 12 personas</b>				<b>1,65</b>

**BATIDOS**

Ingredientes	cantidad	unidad	costo unitario	costo total
Tomate	24	unidades	0,08	1,92
Mora	3	libras	1,25	3,75
Fresa	3	libras	1,25	3,75
<b>Costo total para 24 personas</b>				<b>9,42</b>
<b>Costo total para 12 personas</b>				<b>4,71</b>

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja  
 Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

## Anexo N°5 Proforma de electrodomésticos

<b>COTIZACIÓN</b>																											
<b>MIN LOJA SUCRE(21)</b>				<b>MARCIMEX S.A.</b>																							
Cotización N°:	1812	Fecha:	25-SEP-16																								
Días Vigencia:	5	Estado:	Ingresada																								
Política:	POLITICA GENERAL MINOREO	Term. Venta:	Contado																								
Agente:	JGAREVALO	Plazo:	0																								
Nombre Cliente:	PAOLA POMA		RUC/CEI:																								
Dirección:																											
Teléfono:	0972646471																										
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Artículo</th> <th style="text-align: center;">Calidad</th> <th style="text-align: center;">Cantidad</th> <th style="text-align: center;">PVP s/IVA</th> <th style="text-align: center;">Descuento</th> <th style="text-align: center;">IVA</th> <th style="text-align: center;">Oferta c/IVA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>LICUADORA PERILLA OSTER</td> <td style="text-align: center;">A</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: right;">173.78</td> <td style="text-align: right;">80.27</td> <td style="text-align: right;">13.09</td> <td style="text-align: right;">106.6</td> </tr> <tr> <td>RE TOP MOUNT (NORMAL) INDRAM</td> <td style="text-align: center;">A</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: right;">1074.34</td> <td style="text-align: right;">495.26</td> <td style="text-align: right;">80.93</td> <td style="text-align: right;">898.01</td> </tr> </tbody> </table>							Artículo	Calidad	Cantidad	PVP s/IVA	Descuento	IVA	Oferta c/IVA	LICUADORA PERILLA OSTER	A	1	173.78	80.27	13.09	106.6	RE TOP MOUNT (NORMAL) INDRAM	A	1	1074.34	495.26	80.93	898.01
Artículo	Calidad	Cantidad	PVP s/IVA	Descuento	IVA	Oferta c/IVA																					
LICUADORA PERILLA OSTER	A	1	173.78	80.27	13.09	106.6																					
RE TOP MOUNT (NORMAL) INDRAM	A	1	1074.34	495.26	80.93	898.01																					
<b>Oferta total c/IVA:</b>						<b>765.61</b>																					
<p style="font-size: small;">Cotización por tiempo limitado, Considerar que los precios, ofertas especiales o promociones están sujetas a stock y pueden variar sin previo aviso, durante el tiempo de vigencia de esta cotización se respetarán los valores acordados, posterior a la fecha indicada este documento pierde validez.</p>																											
<p style="margin: 0;"><b>MARCIMEX S. A. LOJA</b>  <b>DIRECCIÓN: BOCAFUERTE 15-12 y SUCRE</b>  <b>TELÉFONO: 2574573</b></p> <p style="margin: 0;">Vendedor _____</p>																											

Fuente: Almacén Marcimex  
 Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma



## Anexo N°7 Proforma de menaje

<b>CRISTAL</b> <i>De: Villavicencio Sotomayor Manuel Benjamín</i> DIRECCIÓN: Av. 18 de Noviembre 09-83 ENTRE MIGUEL FLORES Y FOGAPUERTE TEL. 2 571 663 *almacencristal@hotmail.com *LOJA - ECUADOR OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD		R.U.C. 1100785797001 <b>N° 00000112</b> N°.AUT.SRI. 1116882267	
CONSUMIDOR FINAL			
28-Sep-2016		999977779999	
1	OLLA PRESION 6 LTS DE T/V	28.150	28.16
2	CALDERO RECORTADO 32	42.061	84.12
2	CALDERO RECORTADO 40	39.893	79.79
3	SARTEN PULADUM 26	10.888	32.66
2	PALLO 4 OROS ACERO OREX	5.702	11.40
1	TRA CUCH P/CARNE PROF 8" 29619/088	7.366	7.37
1	TRA CUCH DESHUESAR 7 PROF 29803/087	6.360	6.36
1	TRA CUCHILLO 12"FF9FEB10/4L 24609/2	15.439	15.44
1	TRA CUCHILLO CEBOLLERO PROF 21619/0	12.251	12.26
3	TABLA P FICOM BLANCA 42x45,72	19.649	58.95
3	CUCHARON 100Z ACERO	3.290	9.87
1	EXPRIMIDOR 16 LITROS PLASTICO	1.184	1.16
1	COLADORES XS NYLON	2.291	2.28
2	BAJEJA ACERO 60/40 1A26340	15.439	30.88
2	BAJEJA ACERO 35x45	5.088	10.18
2	BAJEJA ACERO 50x35 1A25035	13.519	27.03
2	REFRIGERIO CONFITERO TAPA PLASTICA	3.947	7.89
4	REFRIGERIO 514695-2103	3.026	12.11

Fuente: Almacén Cristal  
 Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma



## Anexo N° 8 Oficio de invitación

Loja, 13 de diciembre del 2016

Ing.

Genny Campoverde Vivanco

COORDINADORA DE TURISMO DE LA PREFECTURA DE LOJA

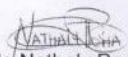
De mi Consideración;

Reciba usted un atento saludo, así como mi deseo de éxitos en sus actividades diarias.


Mediante el presente ruego a usted me permita socializar el trabajo de investigación que tiene como tema: **"PLAN DE NEGOCIOS PARA PROYECTOS TURISTICOS EN LA FINCA ROMERILLOS DEL CANTON CHAGUARPAMBA, PARROQUIA CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA"**, en las instalaciones de la coordinación, el día jueves 15 de diciembre del presente año.

En la seguridad de contar con su presencia, expreso a ustedes mi agradecimiento.

Atentamente

  
Paola Nathaly Poma Curimilma


C.I: 1105672743

	COORDINACIÓN DE TURISMO 2014 - 2019
GOBIERNO PROVINCIAL DE LOJA	RECIBIDO: <u>Edana</u>
	FECHA: <u>13/12/2016</u>
	NOTA: <u>1110</u>

*Exposicion  
Aho. Coord. Turismo  
Que  
13-12-16*



Fuente: La autora  
Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

## Anexo N° 9 Registro de asistencia a la socialización



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA ADMINISTRACION TURISTICA

**REGISTRO DE ASISTENCIA**

N°	Nombres y apellidos	Cargo	Numero de cédula	Firma
1	Manuel Alberto Zamora Sánchez	Asesor	1103606644	
2	Genny Campoverde U	Coord. Turismo	1103845044	

Fuente: La autora  
Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

## Anexo N° 10 Socialización coordinación turismo



Fuente: La autora  
Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma



Fuente: La autora  
Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma



## Anexo N° 11 Recorrido por la Finca



Fuente: La autora  
Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma



Fuente: La autora  
Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma



ING. GENNY CAMPOVERDE VIVANCO

COORDINADORA DE TURISMO DE LA PREFECTURA DE LOJA

## CERTIFICA:

Que, la Srta. **PAOLA NATHALY POMA CURIMILMA**, portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 1105672743, Egresada de la Carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, realizó la socialización del proyecto de tesis titulado: "**PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA "ROMERILLOS", DE LA PARROQUIA CHAGUARPAMBA, DEL CANTON CHAGUARPAMBA DE LA PROVINCIA DE LOJA**", en las instalaciones de la Coordinación de Turismo, el día jueves 15 de diciembre del 2016 a las 09h00.

Es todo en cuanto puedo certificar en honor a la verdad, pudiendo la interesada hacer uso del presente documento en lo que estime conveniente.



Loja, 20 de Diciembre del 2016

ING. GENNY CAMPOVERDE  
C.I: 1103845044  
COORDINADORA DE TURISMO  
DE LA PREFECTURA DE LOJA

<b>1. DATOS GENERALES ENCUESTADOR:</b> Paola Nathaly Poma Curimilma <b>FICHA N°:</b> 001					
<b>SUPERVISOR EVALUADOR:</b> Ing. Patricio Villavicencio Cobos <b>FECHA:</b>					
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b> Iglesia Matriz de Chaguarpamba					
<b>PROPIETARIO:</b>					
<b>CATEGORIA:</b> Manifestaciones culturales <b>TIPO:</b> Histórico <b>SUBTIPO:</b> Arquitectura Religiosa					
<b>2. UBICACIÓN</b> Chaguarpamba <b>LATITUD:</b> 3°52'35.92"S <b>LONGITUD:</b> 79°38'41.72"O					
<b>PROVINCIA:</b> Loja <b>CANTÓN:</b> Chaguarpamba <b>LOCALIDAD:</b> Chaguarpamba					
<b>CALLE:</b> <b>NUMERO:</b> <b>TRANSVERSAL:</b>					
<b>3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>					
<b>NOMBRE DEL POBLADO:</b> Olmedo <b>DISTANCIA (km):</b> 30 minutos					
<b>NOMBRE DEL POBLADO:</b> Paltas <b>DISTANCIA (km):</b> 2 horas					
<b>C A L I D A D I N S E C O</b>	<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b> <b>ALTURA (m.s.n.m.)</b> <b>TEMPERATURA:</b> 21 °C <b>PRECIPITACIÓN:</b> <p>La Iglesia Matriz es una construcción espectacular que sobresale y atrae la atención de los visitantes del lugar, construida sobre la planicie que servía de descanso para los viajeros que iban hacia El Oro.</p> <p>La iglesia principal, con sus dos torres y sendos relojes, su arquitectura colonial y el centro histórico, donde destaca el asimétrico parque a la Madre, hace de Chaguarpamba un lugar para visitar.</p> <p>La construcción se realizó alrededor de 1930 impulsada por el padre Juvenal Jaramillo y su síndico Francisco Aldean, su reconstrucción se realizó en 1960 aproximadamente</p>				
	<table border="1"> <tr> <td rowspan="2" style="text-align: center; vertical-align: middle;"><b>C A L I D A D I N S E C O</b></td> <td> <b>USOS (SIMBOLISMO)</b>   <b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b> </td> <td> <b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>  <b>ALTERADO:</b> <b>NO ALTERADO:</b> <b>CONSERVADO: (x)</b>  <b>DETERIORADO:</b> <b>EN PROCESO DE DETERIORO</b>  <b>CAUSAS:</b>  <b>5.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b>  Nombre:  Fecha de Declaración  Categoría: Patrimonio de la Humanidad  Patrimonio del Ecuador </td> </tr> <tr> <td></td> <td> <b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>  <b>ALTERADO:</b> <b>NO ALTERADO:</b> <b>CONSERVADO: (x)</b>  <b>DETERIORADO:</b> <b>EN PROCESO DE DETERIORO</b>  <b>CAUSAS:</b> </td> </tr> </table>	<b>C A L I D A D I N S E C O</b>	<b>USOS (SIMBOLISMO)</b>  <b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b>	<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b> <b>ALTERADO:</b> <b>NO ALTERADO:</b> <b>CONSERVADO: (x)</b> <b>DETERIORADO:</b> <b>EN PROCESO DE DETERIORO</b> <b>CAUSAS:</b> <b>5.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b> Nombre: Fecha de Declaración Categoría: Patrimonio de la Humanidad Patrimonio del Ecuador	
<b>C A L I D A D I N S E C O</b>	<b>USOS (SIMBOLISMO)</b>  <b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b>		<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b> <b>ALTERADO:</b> <b>NO ALTERADO:</b> <b>CONSERVADO: (x)</b> <b>DETERIORADO:</b> <b>EN PROCESO DE DETERIORO</b> <b>CAUSAS:</b> <b>5.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b> Nombre: Fecha de Declaración Categoría: Patrimonio de la Humanidad Patrimonio del Ecuador		
		<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b> <b>ALTERADO:</b> <b>NO ALTERADO:</b> <b>CONSERVADO: (x)</b> <b>DETERIORADO:</b> <b>EN PROCESO DE DETERIORO</b> <b>CAUSAS:</b>			

<b>A P O Y O</b>	<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>												
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD DE ACCESO		
			B	R	M		D	S	M	E	DÍAS AL AÑO		
	TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS						365 días	
		LASTRADO				AUTOMOVIL	X						
		EMPEDRADO				4X4	X					<b>DÍAS AL MES</b>	
		SENDERO				TREN						Culturales:	Día inicio:
	ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO							Día fin:
						BOTE						Naturales	30 días
		FLUVIAL				CANOA							
					OTROS						<b>HORAS AL DÍA</b>		
AÉREO					AVION						Culturales	Día inicio:	
					AVIONETA							Día fin:	
					HELICOPTERO						Naturales	10 horas	
OBSERVACIONES:													
<b>A P O Y O</b>	<b>8. RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:</b>												
	<b>NOMBRE DE LA RUTA:</b>												
	<b>DESDE:</b> Olmedo <b>HASTA:</b> Chaguarpamba <b>FRECUENCIA:</b> diaria <b>DISTANCIA:</b> 30 min												
	<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA:</b>												
	AGUA												
	POTABLE: (X)    ENTUBADA:    TRATADA:    DE POZO:    NO EXISTE:    OTROS:												
	ENERGÍA ELÉCTRICA												
	SISTEMA INTERCONECTADO: (X)    GENERADOR:    NO EXISTE:    OTROS:												
	ALCANTARILLADO												
	RED PÚBLICA: (X)    POZO CIEGO:    POZO SÉPTICO:    NO EXISTE:    OTROS:												
PRECIO													
SI:    NO:    ENTRADA LIBRE: (X)    OTROS:													
Observación:													
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>													
<b>NOMBRES</b>								<b>DISTANCIA</b>					
- Finca Romerillos								1 km					
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>						Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos							
<b>LOCAL:</b> X		<b>NACIONAL:</b>		<b>PROVINCIAL:</b>		<b>INTERNACIONAL:</b>							
Otros:													
<b>FIRMA: SUPERVISOR</b>						<b>EVALUADOR</b>							

<b>DATOS GENERALES</b>		
Nombre del atractivo: Iglesia Matriz de Chaguarpamba		
Jerarquía: I		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS MAXIMOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a. Valor intrínseco	3
	b. Valor extrínseco	4
	c. Entorno	4
	d. Estado de conservación y/o conservación	5
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>16</b>
<b>APOYO</b>	a. Acceso	4
	b. Servicios	2
	c. Asociación con otros atractivos	1
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>7</b>
<b>SIGNIFICADO</b>	a. Local	2
	b. Provincial	0
	c. Nacional	0
	d. Internacional	0
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>2</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>25</b>





Fuente: Observación directa  
Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
ENCUESTADOR: Paola Nathaly Poma Curimilma	FICHA N°: 002
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Patricio Villavicencio Cobos	FECHA:
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Fiestas de cantonización	
PROPIETARIO:	
CATEGORIA: Manifestaciones Culturales TIPO: Etnografía SUBTIPO: Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares	
<b>2. UBICACIÓN</b> Chaguarpamba	
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Chaguarpamba
CALLE:	NUMERO: N/A
	LONGITUD: LOCALIDAD: Chaguarpamba
	TRANSVERSAL:
<b>3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
NOMBRE DEL POBLADO	DISTANCIA (km):
NOMBRE DEL POBLADO	DISTANCIA (km):
VALOR C A L I D A D I N S E C O	<b>4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO</b>
	<p>ALTURA (m.s.n.m.)                      TEMPERATURA: 21°C                      PRECIPITACIÓN:</p> <p>Se encuentra ubicada en el centro de la cabecera cantonal de Chaguarpamba, La fiesta cívica e histórica corresponde al 4 de diciembre de cada año, en que se conmemora la cantonización de Chaguarpamba, pese a que legalmente la ley de creación del cantón entró en vigencia el 27 de diciembre de 1985, en que se publicó en el registro oficial.</p>
VALOR C A L I D A D I N S E C O	<b>USOS (SIMBOLISMO)</b>
	Fiestas y actividades recreativas.
VALOR C A L I D A D I N S E C O	<b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b>
	<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>
	ALTERADO:                      NO ALTERADO:                      CONSERVADO: (X)
	DETERIORADO:                      EN PROCESO DE DETERIORO
	CAUSAS:
	<b>5.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b>
	Nombre:
	Fecha de Declaración
	Categoría:    Patrimonio de la Humanidad Patrimonio del Ecuador
	<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>
	ALTERADO:                      NO ALTERADO:                      CONSERVADO (X)
	DETERIORADO:                      EN PROCESO DE DETERIORO
	CAUSAS:

APOYO	7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD DE ACCESO		
			B	R	M		D	S	M	E	DÍAS AL AÑO		
A P O Y O	TERRESTRE	ASFALTADO	x			BUS	x					365	
		LASTRADO				AUTOMOVIL	x						
		EMPEDRADO				4X4						DÍAS AL MES	
		SENDERO				TREN						Culturales:	Día inicio:
	ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO							Día fin:
						BOTE						Naturales	
		FLUVIAL				CANOA							
	AÉREO					OTROS						HORAS AL DÍA	
						AVION						Culturales	Día inicio:
						AVIONETA							Día fin:
					HELICOPTERO						Naturales		
OBSERVACIONES:													
A P O Y O	8. RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:												
	NOMBRE DE LA RUTA:												
	DESDE: Olmedo    HASTA: Chaguarpamba    FRECUENCIA: Diaria    DISTANCIA: 30 min												
	9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA:												
	AGUA												
	POTABLE:    ENTUBADA:    TRATADA    DE POZO:    NO EXISTE: ( )    OTROS:												
	ENERGÍA ELÉCTRICA												
	SISTEMA INTERCONECTADO:    GENERADOR:    NO EXISTE: ( )    OTROS:												
	ALCANTARILLADO												
	RED PÚBLICA:    POZO CIEGO:    POZO SÉPTICO:    NO EXISTE: ( )												
OTROS:													
PRECIO													
SI:    NO:    ENTRADA LIBRE: (X)    OTROS:													
Observación:													
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS													
NOMBRES						DISTANCIA							
Iglesia Matriz de Chaguarpamba						o km							
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO													
LOCAL: X    NACIONAL:						Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos							
PROVINCIAL:													
INTERNACIONAL:													
Otros:													
FIRMA: SUPERVISOR						EVALUADOR							

<b>DATOS GENERALES</b>		
<b>Nombre del atractivo:</b> Fiestas de cantonización		
<b>Jerarquía:</b> I		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS MAXIMOS</b>
<b>CALIDAD</b>	e. Valor intrínseco	3
	f. Valor extrínseco	3
	g. Entorno	5
	h. Estado de conservación y/o conservación	4
	<b>SUBTOTAL</b>	15
<b>APOYO</b>	d. Acceso	3
	e. Servicios	2
	f. Asociación con otros atractivos	3
	<b>SUBTOTAL</b>	8
<b>SIGNIFICADO</b>	e. Local	2
	f. Provincial	0
	g. Nacional	0
	h. Internacional	0
	<b>SUBTOTAL</b>	2
	<b>TOTAL</b>	25





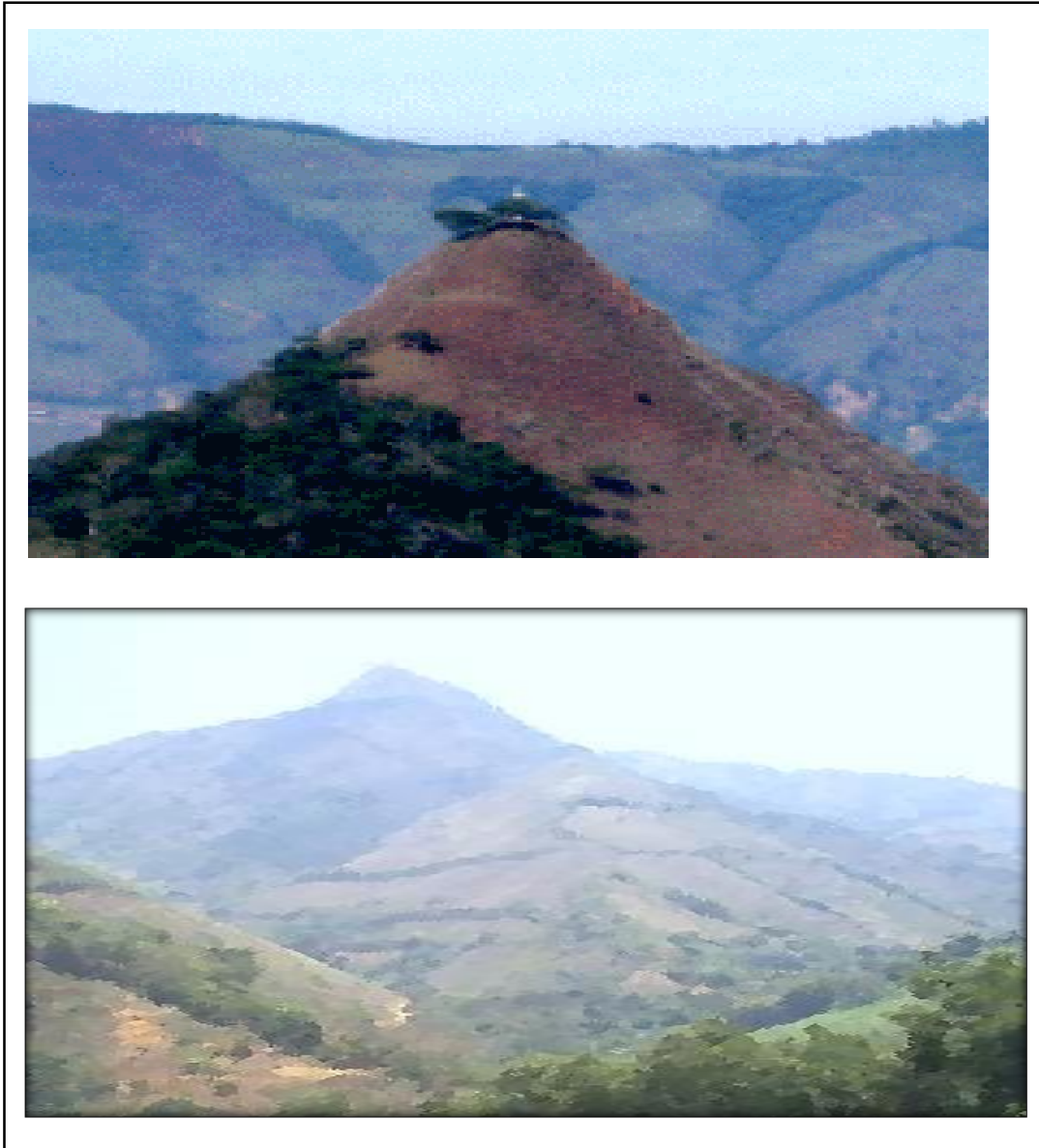
Fuente: Pagina web  
Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma



<b>A P O Y O</b>	<b>17. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>														
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD DE ACCESO				
			B	R	M		D	S	M	E	DÍAS AL AÑO				
	TERRESTRE	ASFALTADO				BUS									
		LASTRADO				AUTOMOVIL	X								
		EMPEDRADO				4X4									
		SENDERO				TREN									
	ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO						Culturales:	Día inicio:		
						BOTE						Naturales	Día fin:		
		FLUVIAL				CANOA									
						OTROS						HORAS AL DÍA			
	AÉREO					AVION						Culturales	Día inicio:		
					AVIONETA							Día fin:			
					HELICOPTERO						Naturales				
OBSERVACIONES:															
<b>A P O Y O</b>	<b>18. RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:</b>														
	<b>NOMBRE DE LA RUTA:</b>														
	<b>DESDE:</b>			<b>HASTA:</b>			<b>FRECUENCIA:</b>			<b>DISTANCIA:</b>					
	<b>19. INFRAESTRUCTURA BÁSICA:</b>														
	AGUA														
	POTABLE:			ENTUBADA:			TRATADA			DE POZO:			NO EXISTE: (X)		
	OTROS:														
	ENERGÍA ELÉCTRICA														
	SISTEMA INTERCONECTADO:				GENERADOR:				NO EXISTE: (X)						
	OTROS:														
	ALCANTARILLADO														
	RED PÚBLICA:			POZO CIEGO:			POZO SÉPTICO:			NO EXISTE: (X)					
OTROS:															
PRECIO															
SI:			NO:			ENTRADA LIBRE: (X)			OTROS:						
Observación:															
<b>20. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>															
NOMBRES						DISTANCIA									
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>						Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos									
LOCAL: X			NACIONAL:												
PROVINCIAL:															
INTERNACIONAL:															
Otros:															
						<b>FIRMA: SUPERVISOR</b>			<b>EVALUADOR</b>						

<b>DATOS GENERALES</b>		
<b>Nombre del atractivo:</b> Cerro Surapo o pan de azúcar		
<b>Jerarquía:</b> I		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS MAXIMOS</b>
<b>CALIDAD</b>	i. Valor intrínseco	5
	j. Valor extrínseco	5
	k. Entorno	4
	l. Estado de conservación y/o conservación	3
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>17</b>
<b>APOYO</b>	g. Acceso	2
	h. Servicios	1
	i. Asociación con otros atractivos	2
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>5</b>
<b>SIGNIFICADO</b>	i. Local	1
	j. Provincial	0
	k. Nacional	0
	l. Internacional	0
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>1</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>23</b>





Fuente: Plan de ordenamiento territorial  
Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

**Nota:** El respaldo fotográfico de este atractivo no pudo ser presentado por cuanto las vías de acceso al mismo se encuentran en mal estado.

<b>DATOS GENERALES</b>	
ENCUESTADOR: Paola Nathaly Poma Curimilma	FICHA N°: 004
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Patricio Villavicencio Cobos	FECHA:
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cerro Chincha- Cruz	
PROPIETARIO:	
CATEGORIA: Sitios Naturales	TIPO: Montañas
	SUBTIPO: Cerro
<b>21. UBICACIÓN</b>	<b>LATITUD: LONGITUD:</b>
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Chaguarpamba
CALLE:	LOCALIDAD: Chaguarpamba
	NUMERO: N/A
	TRANSVERSAL:
<b>22. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
NOMBRE DEL POBLADO	DISTANCIA (km):
NOMBRE DEL POBLADO	DISTANCIA (km):
<b>V A L O R C A L I N D I C E S C O</b>	<b>23. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO</b>
	<p>ALTURA (m.s.n.m.)                      TEMPERATURA:                      PRECIPITACIÓN:</p> <p>Se encuentra a hora y media de la cabecera cantonal, para ascender se necesita de 20 a 30 minutos para llegar a las faldas del cerro se puede trasportar en camionetas o rancheras.</p> <p>Tiene 1.919 m de altura es el más alto de la parroquia y Cantón Chaguarpamba, encontramos pequeñas áreas de bosque nativo es por ello que existe una gran riqueza florística y faunística.</p>
<b>V A L O R C A L I D A D I N S E C O</b>	<b>USOS (SIMBOLISMO)</b>
	<b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b>
	<b>24. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>
	ALTERADO:                      NO ALTERADO:                      CONSERVADO: (X)
	DETERIORADO:                      EN PROCESO DE DETERIORO
	CAUSAS:
	<b>5.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b>
	Nombre:
	Fecha de Declaración
	Categoría:      Patrimonio de la Humanidad
	Patrimonio del Ecuador
	<b>25. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>
	ALTERADO:                      NO ALTERADO:                      CONSERVADO (X)
	DETERIORADO:                      EN PROCESO DE DETERIORO
	CAUSAS:

<b>A P O Y O</b>	<b>26. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>											
	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VIAS</b>			<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIA</b>				<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO</b>	
			B	R	M		D	S	M	E	<b>DÍAS AL AÑO</b>	
	<b>TERRESTRE</b>	ASFALTADO	X			BUS						
		LASTRADO				AUTOMOVIL	X					
		EMPEDRADO				4X4					<b>DÍAS AL MES</b>	
		SENDERO				TREN					Culturales:	Día inicio:
	<b>ACUÁTICO</b>	MARÍTIMO				BARCO						Día fin:
						BOTE					Naturales	
		FLUVIAL				CANOA						
						OTROS					<b>HORAS AL DÍA</b>	
	<b>AÉREO</b>					AVION					Culturales:	Día inicio:
					AVIONETA						Día fin:	
					HELICOPTERO					Naturales		
OBSERVACIONES:												
<b>A P O Y O</b>	<b>27. RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:</b>											
	<b>NOMBRE DE LA RUTA:</b>											
	<b>DESDE:</b>			<b>HASTA:</b>			<b>FRECUENCIA:</b>			<b>DISTANCIA:</b>		
	<b>28. INFRAESTRUCTURA BÁSICA:</b>											
	AGUA											
	POTABLE:		ENTUBADA:		TRATADA		DE POZO:		NO EXISTE: (X)		OTROS:	
	ENERGÍA ELÉCTRICA											
	SISTEMA INTERCONECTADO:				GENERADOR:			NO EXISTE: (X)		OTROS:		
	ALCANTARILLADO											
	RED PÚBLICA:		POZO CIEGO:		POZO SÉPTICO:			NO EXISTE: (X)				
	OTROS:											
	PRECIO											
SI:		NO:		ENTRADA LIBRE: (X)			OTROS:					
Observación:												
<b>29. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>												
NOMBRES						DISTANCIA						
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>						Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos						
LOCAL: X		NACIONAL:										
PROVINCIAL:												
INTERNACIONAL:												
Otros:												
						<b>FIRMA: SUPERVISOR</b>			<b>EVALUADOR</b>			

<b>DATOS GENERALES</b>		
<b>Nombre del atractivo:</b> Cerro Chinchacruz		
<b>Jerarquía:</b> I		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS MAXIMOS</b>
<b>CALIDAD</b>	m. Valor intrínseco	3
	n. Valor extrínseco	3
	o. Entorno	5
	p. Estado de conservación y/o conservación	4
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>15</b>
<b>APOYO</b>	j. Acceso	3
	k. Servicios	2
	l. Asociación con otros atractivos	3
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>8</b>
<b>SIGNIFICADO</b>	m. Local	2
	n. Provincial	0
	o. Nacional	0
	p. Internacional	0
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>2</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>25</b>



Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

**Nota:** El respaldo fotográfico de este atractivo no pudo ser presentado por cuanto las vías de acceso al mismo se encuentran en mal estado.



<b>A P O Y O</b>	<b>36. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>														
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD DE ACCESO				
			B	R	M		D	S	M	E	DÍAS AL AÑO				
	TERRESTRE	ASFALTADO				BUS									
		LASTRADO				AUTOMOVIL	X								
		EMPEDRADO				4X4									
		SENDERO	x			TREN									
	ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO						Culturales:	Día inicio:		
						BOTE						Naturales	Día fin:		
		FLUVIAL				CANOA									
						OTROS						HORAS AL DÍA			
	AÉREO					AVION						Culturales	Día inicio:		
					AVIONETA							Día fin:			
					HELICOPTERO						Naturales				
OBSERVACIONES:															
<b>A P O Y O</b>	<b>37. RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:</b>														
	<b>NOMBRE DE LA RUTA:</b>														
	<b>DESDE:</b>			<b>HASTA:</b>			<b>FRECUENCIA:</b>			<b>DISTANCIA:</b>					
	<b>38. INFRAESTRUCTURA BÁSICA:</b>														
	AGUA														
	POTABLE:			ENTUBADA:			TRATADA			DE POZO:			NO EXISTE: (X)		OTROS:
	ENERGÍA ELÉCTRICA														
	SISTEMA INTERCONECTADO:				GENERADOR:				NO EXISTE: (X)				OTROS:		
	ALCANTARILLADO														
	RED PÚBLICA:			POZO CIEGO:			POZO SÉPTICO:			NO EXISTE: (X)			OTROS:		
	PRECIO														
	SI:			NO:			ENTRADA LIBRE: (X)			OTROS:					
Observación:															
<b>39. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>															
NOMBRES						DISTANCIA									
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>						Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos									
LOCAL: X			NACIONAL:												
PROVINCIAL:															
INTERNACIONAL:															
Otros:															
						<b>FIRMA: SUPERVISOR</b>			<b>EVALUADOR</b>						

<b>DATOS GENERALES</b>		
<b>Nombre del atractivo:</b> Finca Romerillos		
<b>Jerarquía:</b> I		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS MAXIMOS</b>
<b>CALIDAD</b>	q. Valor intrínseco	3
	r. Valor extrínseco	3
	s. Entorno	5
	t. Estado de conservación y/o conservación	5
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>16</b>
<b>APOYO</b>	m. Acceso	2
	n. Servicios	1
	o. Asociación con otros atractivos	3
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>6</b>
<b>SIGNIFICADO</b>	q. Local	1
	r. Provincial	0
	s. Nacional	0
	t. Internacional	0
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>1</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>23</b>





Fuente: Observación directa  
Elaboración: Paola Nathaly Poma Curimilma

<b>40. DATOS GENERALES</b>	
ENCUESTADOR: Paola Nathaly Poma Curimilma	FICHA N°: 006
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Patricio Villavicencio Cobos	FECHA:
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Bosque primario	
PROPIETARIO: Sr. Manuel Romero	
CATEGORIA: Sitio Natural	TIPO: Bosque
SUBTIPO: Montano Bajo	
<b>41. UBICACIÓN</b>	Chaguarpamba
LATITUD: -3.884602	LONGITUD: -79.647207
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Chaguarpamba
LOCALIDAD: Chaguarpamba	
CALLE:	NUMERO: N/A
	TRANSVERSAL:
<b>42. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
NOMBRE DEL POBLADO	DISTANCIA (km):
NOMBRE DEL POBLADO	DISTANCIA (km):
<b>V A L O R  C A L I D A D I N S E C O</b>	<b>43. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO</b>
	<p>ALTURA (m.s.n.m.)                      TEMPERATURA:                      PRECIPITACIÓN:</p> <p>Se encuentra localizado en la parroquia Chaguarpamba en la finca Romerillos. Es un bosque primario de aproximadamente de 4 hectáreas, situado dentro de la propiedad de la finca Romerillos. Cuenta con especies nativas de la zona tanto de flora como de fauna.</p>
<b>V A L O R  C A L I D A D I N S E C O</b>	<p><b>USOS (SIMBOLISMO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotografía</li> <li>- Observación de flora y fauna</li> </ul> <p><b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b></p>
	<p><b>44. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p> <p>ALTERADO:                      NO ALTERADO:                      CONSERVADO: (X)  DETERIORADO:                      EN PROCESO  DE DETERIORO</p> <p>CAUSAS:</p> <p><b>5.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b></p> <p>Nombre:</p> <p>Fecha de Declaración</p> <p>Categoría:    Patrimonio de la Humanidad                    Patrimonio del Ecuador</p> <p><b>45. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b></p> <p>ALTERADO:                      NO ALTERADO:                      CONSERVADO (X)  DETERIORADO:                      EN PROCESO  DE DETERIORO</p> <p>CAUSAS:</p>

<b>A P O Y O</b>	<b>46. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>														
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIA				TEMPORALIDAD DE ACCESO				
			B	R	M		D	S	M	E	DÍAS AL AÑO				
	TERRESTRE	ASFALTADO				BUS									
		LASTRADO				AUTOMOVIL									
		EMPEDRADO				4X4									
		SENDERO	x			TREN									
	ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO						Culturales:	Día inicio:		
						BOTE						Naturales	Día fin:		
		FLUVIAL				CANOA									
						OTROS						HORAS AL DÍA			
	AÉREO					AVION						Culturales	Día inicio:		
					AVIONETA							Día fin:			
					HELICOPTERO						Naturales				
OBSERVACIONES:															
<b>A P O Y O</b>	<b>47. RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:</b>														
	<b>NOMBRE DE LA RUTA:</b>														
	<b>DESDE:</b>			<b>HASTA:</b>			<b>FRECUENCIA:</b>			<b>DISTANCIA:</b>					
	<b>48. INFRAESTRUCTURA BÁSICA:</b>														
	AGUA														
	POTABLE:			ENTUBADA:			TRATADA			DE POZO:			NO EXISTE: ( )		OTROS:
	ENERGÍA ELÉCTRICA														
	SISTEMA INTERCONECTADO:				GENERADOR:				NO EXISTE: ( )				OTROS:		
	ALCANTARILLADO														
	RED PÚBLICA:			POZO CIEGO:			POZO SÉPTICO:			NO EXISTE: ( )			OTROS:		
	PRECIO														
	SI:			NO:			ENTRADA LIBRE: ( )			OTROS:					
Observación:															
<b>49. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>															
NOMBRES						DISTANCIA									
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>						Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos									
LOCAL: X			NACIONAL:												
PROVINCIAL:															
INTERNACIONAL:															
Otros:															
						<b>FIRMA: SUPERVISOR</b>			<b>EVALUADOR</b>						

<b>DATOS GENERALES</b>		
<b>Nombre del atractivo:</b> Bosque primario		
<b>Jerarquía:</b> I		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS MAXIMOS</b>
<b>CALIDAD</b>	u. Valor intrínseco	3
	v. Valor extrínseco	5
	w. Entorno	3
	x. Estado de conservación y/o conservación	5
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>16</b>
<b>APOYO</b>	p. Acceso	3
	q. Servicios	2
	r. Asociación con otros atractivos	2
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>7</b>
<b>SIGNIFICADO</b>	u. Local	1
	v. Provincial	0
	w. Nacional	0
	x. Internacional	0
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>1</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>24</b>





**Fuente:** Observación directa

**Elaboración:** Paola Nathaly Poma Curimilma



<b>C O</b>												
<b>A P O Y O</b>	<b>56. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>											
	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VIAS</b>			<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIA</b>				<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO</b>	
			B	R	M		D	S	M	E	<b>DÍAS AL AÑO</b>	
	<b>TERRESTRE</b>	ASFALTADO				BUS						
		LASTRADO				AUTOMOVIL	X					
		EMPEDRADO				4X4						
		SENDERO	x			TREN						
	<b>ACUÁTICO</b>	<b>MARÍTIMO</b>				BARCO						Culturales: Día inicio: Día fin:
						BOTE						Naturales
		<b>FLUVIAL</b>				CANOA						
						OTROS						<b>HORAS AL DÍA</b>
	<b>AÉREO</b>					AVION						Culturales: Día inicio: Día fin:
					AVIONETA							
					HELICOPTERO						Naturales	
OBSERVACIONES:												
<b>A P O Y O</b>	<b>57. RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:</b>											
	<b>NOMBRE DE LA RUTA:</b>											
	<b>DESDE:</b>			<b>HASTA:</b>			<b>FRECUENCIA:</b>			<b>DISTANCIA:</b>		
	<b>58. INFRAESTRUCTURA BÁSICA:</b>											
	AGUA											
	POTABLE:		ENTUBADA:		TRATADA		DE POZO:		NO EXISTE: (X)		OTROS:	
	ENERGÍA ELÉCTRICA											
	SISTEMA INTERCONECTADO:				GENERADOR:			NO EXISTE: (X)		OTROS:		
	ALCANTARILLADO											
	RED PÚBLICA:		POZO CIEGO:		POZO SÉPTICO:			NO EXISTE: (X)				
	OTROS:											
	PRECIO											
SI:		NO:		ENTRADA LIBRE: (X)			OTROS:					
Observación:												
<b>59. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>												
NOMBRES							DISTANCIA					
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>						Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos						
LOCAL: X		NACIONAL:										
PROVINCIAL:												
INTERNACIONAL:												
Otros:												
						<b>FIRMA: SUPERVISOR</b>		<b>EVALUADOR</b>				

<b>DATOS GENERALES</b>		
<b>Nombre del atractivo:</b> Plantaciones de café		
<b>Jerarquía:</b> I		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS MAXIMOS</b>
<b>CALIDAD</b>	y. Valor intrínseco	1
	z. Valor extrínseco	3
	aa. Entorno	4
	bb. Estado de conservación y/o conservación	5
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>13</b>
<b>APOYO</b>	s. Acceso	4
	t. Servicios	1
	u. Asociación con otros atractivos	3
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>8</b>
<b>SIGNIFICADO</b>	y. Local	1
	z. Provincial	0
	aa. Nacional	0
	bb. Internacional	0
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>1</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>22</b>





**Fuente:** Observación directa  
**Elaboración:** Paola Nathaly Poma Curimilma

## INDICE DE CONTENIDOS

CARATULA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORIA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS .....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
1. TITULO.....	1
2. RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	3
3. INTROUCCION .....	4
4. REVISION LITERARIA.....	6
4.1.Marco Conceptual .....	<b>6</b>
4.1.1. Turismo .....	6
4.1.2. Producto turístico .....	9
4.1.3. Recursos turísticos.....	9
4.1.4. Diagnóstico Turístico.....	10
4.1.5. Plan de negocios.....	10
4.1.6. Importancia del plan de Negocios .....	11
4.1.7. Estructura de plan de negocios.....	12
4.1.8. Capacidad Instalada.....	20
4.1.9. Demanda.....	20
4.1.10. Oferta .....	21

4.1.11. Marketing .....	21
4.2. MARCO REFERENCIAL.....	<b>23</b>
4.2.1. Antecedentes Provincia – cantón – Parroquia .....	23
4.2.2. División Política.....	<b>25</b>
4.2.3. Extensión y Límites .....	<b>26</b>
4.2.4. Clima.....	<b>27</b>
4.2.5. Atractivos Turísticos.....	<b>27</b>
4.2.6. Datos generales de la Finca.....	<b>28</b>
4.2.7. Macro y Micro Localización .....	<b>30</b>
5. MATERIALES Y METODOS .....	31
5.1. MATERIALES .....	<b>31</b>
5.2. METODOS .....	<b>31</b>
5.3. Técnicas.....	<b>34</b>
5.4. Metodología por objetivos .....	<b>36</b>
6. RESULTADOS .....	40
6.1. DIAGNÓSTICO DEL ESTADO ACTUAL DE LA FINCA ROMERILLOS, PARROQUIA CHAGUARPAMBA, CANTÓN CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA. ....	<b>40</b>
6.1.1. Análisis externo .....	40
6.1.2. Análisis Interno .....	57
6.1.3. Análisis e interpretación de la Encuesta.....	58
6.1.4. Entrevista .....	72
6.1.5. Atractivos turísticos .....	75
6.1.6. Análisis FODA .....	84

6.2. PLAN DE NEGOCIOS PARA LA FINCA “ROMERILLOS” DE LA PARROQUIA CHAGUARPAMBA, CANTÓN CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA.....	<b>88</b>
6.2.1. Descripción del negocio .....	88
6.2.2. Estudio de mercado.....	88
6.2.3. Estudio Técnico.....	96
6.2.4. Estudio Administrativo .....	112
6.2.5. Estudio financiero .....	118
6.2.6. Estudio de impacto ambiental .....	154
6.3. SOCIALIZAR EL PLAN DE NEGOCIO CON EL PROPIETARIO DE LA FINCA “ROMERILLOS” DE LA PARROQUIA DE CHAGUARPAMBA, CANTÓN CHAGUARPAMBA, PROVINCIA DE LOJA. ....	<b>158</b>
6.3.1. Convocatoria .....	159
6.3.2. Socialización .....	159
6.3.3. Resultados de la socialización .....	160
7. DISCUSION .....	161
8. CONCLUSIONES .....	162
9. RECOMENDACIONES .....	163
10. BIBLIOGRAFIA .....	164
11. ANEXOS.....	166
INDICE DE CONTENIDOS.....	228
INDICE DE CUADROS.....	231
INDICE DE GRAFICOS .....	237

## INDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Población total provincia de Loja.....	40
Cuadro N° 2 Población cantón Chaguarpamba .....	41
Cuadro N° 3 Población por Edades .....	42
Cuadro N° 4 Proyecciones de la Parroquia Chaguarpamba .....	42
Cuadro N° 5 Hoteles de la Parroquia.....	46
Cuadro N° 6 Restaurantes de la Parroquia.....	46
Cuadro N° 7 Establecimientos de apoyo.....	49
Cuadro N° 8 Cooperativa de Transportes .....	51
Cuadro N° 9 Población del cantón Chaguarpamba por Parroquias .....	52
Cuadro N° 10 Instituciones Educativas.....	53
Cuadro N° 11 Nivel de escolaridad del cantón.....	53
Cuadro N° 12 Centro de Salud .....	54
Cuadro N° 13 Farmacias de la Parroquia .....	54
Cuadro N° 14 Migración por parroquias.....	55
Cuadro N° 15 Descripción de los Tipos de Suelo .....	56
Cuadro N° 16 Edad.....	59
Cuadro N° 17 Sexo .....	60
Cuadro N° 18 Lugar de procedencia.....	61

Cuadro N° 19 Actividad económica .....	62
Cuadro N° 20 Ha visitado fincas dedicadas al turismo .....	63
Cuadro N° 21 Ubicación de la finca Nacional o Internacional .....	64
Cuadro N° 22 Tipo de servicio ofrecido.....	65
Cuadro N° 23 Visitaría una finca dedicada al turismo .....	65
Cuadro N° 24 Tipo de actividades que le gustaría realizar .....	66
Cuadro N° 25 Frecuencia de visita .....	67
Cuadro N° 26 Días de permanencia .....	68
Cuadro N° 27 Con quien visitaría la finca .....	69
Cuadro N° 28 Factores al visitar la finca .....	70
Cuadro N° 29 Alimentación que le gustaría recibir .....	70
Cuadro N° 30 Medios de comunicación .....	71
Cuadro N° 31 Publicidad.....	72
Cuadro N° 32 Jerarquización de atractivos turísticos .....	76
Cuadro N° 33 FODA .....	84
Cuadro N° 34 Factores Internos .....	85
Cuadro N° 35 Factores Externos .....	86
Cuadro N° 36 Matriz de objetivos estratégicos .....	87
Cuadro N° 37 Demanda Potencial .....	88

Cuadro N° 38 Demanda Real .....	89
Cuadro N° 39 Demanda Efectiva .....	89
Cuadro N° 40 Promedio Anual .....	90
Cuadro N° 41 Demanda Efectiva por visitas .....	90
Cuadro N° 42 Demanda Insatisfecha.....	91
Cuadro N° 43 Capacidad instalada .....	96
Cuadro N° 44 Capacidad instalada .....	97
Cuadro N° 45 Capacidad utilizada restaurante .....	97
Cuadro N° 46 Capacidad utilizada Paquete turístico .....	97
Cuadro N° 47 Organigrama de la Finca Romerillos .....	114
Cuadro N° 48 Construcción .....	118
Cuadro N° 49 Maquinaria y Equipo.....	119
Cuadro N° 50 Muebles y enseres .....	119
Cuadro N° 51 Equipos de seguridad.....	119
Cuadro N° 52 Equipo de computación .....	120
Cuadro N° 53 Equipos de oficina .....	120
Cuadro N° 54 Resumen de Activos Fijos .....	120
Cuadro N° 55 Gastos de constitución .....	121
Cuadro N° 56 Gastos capacitación al personal.....	121

Cuadro N° 57 Resumen Activo diferido.....	122
Cuadro N° 58 Amortización activo diferido.....	122
Cuadro N° 59 Sueldos del primer año Mano de obra directa.....	123
Cuadro N° 60 Primer año Sueldos y Salarios .....	123
Cuadro N° 61 Segundo año Mano de obra directa .....	124
Cuadro N° 62 Segundo año Sueldos y salarios .....	124
Cuadro N° 63 Tercer año de Mano de obra directa .....	125
Cuadro N° 64 Tercer año Sueldos y salarios .....	126
Cuadro N° 65 Cuarto año Mano de obra directa.....	126
Cuadro N° 66 Cuarto año Sueldos y salarios.....	127
Cuadro N° 67 Quinto año Mano de obra directa .....	127
Cuadro N° 68 Quinto año Sueldos y salarios.....	127
Cuadro N° 69 Presupuesto primer año .....	128
Cuadro N° 70 Presupuesto Segundo año .....	128
Cuadro N° 71 Presupuesto Tercer año.....	128
Cuadro N° 72 Presupuesto Cuarto año.....	129
Cuadro N° 73 Presupuesto Quinto año.....	129
Cuadro N° 74 Resumen de Presupuesto de mano de obra directa y sueldos y salarios.....	129
Cuadro N° 75 Materia Prima .....	130



Cuadro N° 76 Menaje de cocina .....	131
Cuadro N° 77 Servicios Básicos .....	132
Cuadro N° 78 Servicios adicionales .....	132
Cuadro N° 79 Suministros de oficina .....	132
Cuadro N° 80 Útiles de aseo.....	133
Cuadro N° 81 Promoción .....	133
Cuadro N° 82 Mantenimiento de maquinaria y equipos.....	133
Cuadro N° 83 Resumen del activo Circulante .....	134
Cuadro N° 84 Resumen de los activos .....	134
Cuadro N° 85 Financiamiento .....	135
Cuadro N° 86 Depreciaciones.....	136
Cuadro N° 87 Depreciación equipo de computación (4-5 año) .....	136
Cuadro N° 88 Costos Proyectados .....	137
Cuadro N° 89 Clasificación de Costos Fijos y Variables .....	138
Cuadro N° 90 Ingresos.....	139
Cuadro N° 91 Ingresos por Alimentación .....	139
Cuadro N° 92 Ingresos Paquete turístico.....	140
Cuadro N° 93 Total de Ingresos.....	140
Cuadro N° 94 Estado de Pérdidas y Ganancias .....	141

Cuadro N° 95 Flujo de Caja .....	145
Cuadro N° 96 VAN .....	146
Cuadro N° 97 TIR .....	147
Cuadro N° 98 Periodo de Recuperación de Capital .....	148
Cuadro N° 99 Relación beneficio- costo .....	149
Cuadro N° 100 Análisis de sensibilidad con un incremento del 11,20% en los Costos .....	150
Cuadro N° 101 Análisis de sensibilidad con disminución del 9,00% en los ingresos .....	152
Cuadro N° 102 Matriz cualitativa de Leopold para la finca “Romerillos” del cantón Chaguarpamba .....	155
Cuadro N° 103 Matriz de Evaluación Causa-Efecto de Leopold.....	156

## INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1 Cantón Chaguarpamba .....	24
Grafico 2 Barrios de la Parroquia Chaguarpamba .....	26
Grafico 3 Macro Localización de la provincia de Loja y el cantón Chaguarpamba .....	30
Grafico 4 Micro Localización de la Finca “ROMERILLOS” .....	30
Grafico 5 Sexo .....	60
Grafico 6 Lugar de procedencia.....	61
Grafico 7 Actividad económica.....	62
Grafico 8 Ha visitado fincas dedicadas al turismo.....	63
Grafico 9 Ubicación de la finca .....	64
Grafico 10 Finca en Chaguarpamba .....	65
Grafico 11 Frecuencia de visita.....	67
Grafico 12 Con quien visitaría la finca .....	69
Grafico 13 Medios de comunicación .....	71
Grafico 14 Logotipo.....	92
Grafico 15 Página Web.....	93
Grafico 16 Facebook.....	93
Grafico 17 Instagram .....	93
Grafico 18 Twitter.....	94

Grafico 19 Camiseta .....	95
Grafico 20 Bolso ecológico .....	95
Grafico 21 Diagrama Venta de Paquete .....	99
Grafico 22 Presentación del paquete.....	102
Figura 23 Menú del Restaurante.....	105
Grafico 24 Diagrama del servicio de alimentación .....	106
Grafico 25 Planos arquitectónicos del Restaurante .....	107
Grafico 26 Taller de capacitación.....	109
Figura 27 Certificado de participación.....	111
Grafico 28 En función de la Capacidad Instalada y las Ventas o Ingresos .....	144

### **INDICE DE FICHAS**

Ficha N° 1 Iglesia Matriz de Chaguarpamba.....	76
Ficha N° 2 Cerro Surapo.....	78
Ficha N° 3 Cerro Chincha Cruz.....	79
Ficha N° 4 Fiesta de cantonización.....	80
Ficha N° 5 Finca Romerillos.....	81
Ficha N° 6 Café de la Finca Romerillos .....	82
Ficha N° 7 Bosque Primario Finca Romerillos .....	83